

UNIVERSIDAD AMERICANA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Y
MERCADEO



PROYECTO RECONSTRUCCIÓN HOTEL LAS PEÑAS EN
SAN CARLOS, RIO SAN JUAN

RODRIGO JOSE REYES REYES

MONOGRAFÍA PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN MERCADEO Y PUBLICIDAD

TUTOR: LICENCIADO DAVID LEMUS

Managua, Nicaragua, Junio, 2003

Dedico el presente trabajo primeramente a Dios, fuente de amor y de vida, a mis padres quienes me han enseñado verdaderos valores; a mi hermana por apoyarme siempre, a mis tías Cristina y Silvia por su incondicional apoyo, a Jennifer que siempre me animó con sus palabras y su bella existencia.

AGRADECIMIENTOS

De manera muy especial le doy gracias al altísimo por la oportunidad que me ha brindado de ver concluido el sueño de muchos años de esfuerzo y dedicación. Así mismo agradezco a todas las personas que me brindaron su valioso e incondicional apoyo y que creyeron en mí, ya que sin cuya colaboración hubiese sido imposible la culminación de el presente trabajo; de manera particular agradezco el apoyo que siempre recibí por parte de mis queridos padres, de mis adoradas tías Cristina y Silvia, debo agradecer de igual forma a mi apreciada prima Irene, a mi estimado amigo y Hermano Ramón y por su puesto a mi gran amigo Walter.

INDICE

	Pág.
INTRODUCCION.....	1
I ANTECEDENTES.....	4
II OBJETIVOS.....	6
III MARCO TEORICO.....	7
3.1 Hotel.....	7
3.1.1 Instalaciones.....	7
3.1.2 Funcionamiento.....	8
3.1.3 Personal del Hotel.....	8
3.1.4 Proceso de Producción.....	10
3.2 Clasificación y Evaluación del Hotel.....	10
3.3 Qué es un Proyecto.....	10
3.3.1 Tamaño del Proyecto.....	11
3.3.2 Proceso y etapas generales de un proyecto.....	11
3.3.2.1 Preinversión.....	11
3.3.2.2 Inversión.....	11
3.3.2.2.1 Inversiones previas a la puesta en marcha.....	12
3.3.2.3 Obra.....	12
3.3.2.4 Operación.....	12
3.3.2.5 Macro localización.....	13
3.3.2.6 Micro localización.....	13
3.4 Aspectos de mercado.....	13
3.4.1 Mercado.....	13
3.4.2 Mercado meta.....	13
3.4.3 Demanda.....	13
3.4.3.1 Demanda de mercado.....	14
3.4.3.2 Demanda potencial.....	14
3.4.3.3 Demanda elástica al precio.....	14
3.4.3.4 Oferta.....	14
3.5 Mezcla de mercadeo.....	15
3.5.1 Producto.....	15
3.5.2 Precio.....	15
3.5.3 Canales de distribución.....	15
3.5.4 Promoción.....	15
3.6 Investigación de mercados.....	16

	INDICE	Pág.
3.6.1	Tipos de investigación.....	16
3.6.1.1	Investigación exploratoria.....	16
3.6.1.2	Investigación descriptiva.....	16
3.6.1.3	Investigación correlacional.....	17
3.6.1.4	Investigación explicativa.....	17
3.7	Servicio.....	17
3.7.1	Satisfacción.....	17
3.7.2	Servicio al cliente.....	18
3.7.3	Cliente.....	18
3.7.4	Consumidor.....	18
3.8	Calidad.....	18
3.8.1	Calidad en el servicio.....	19
3.9	Marketing Social.....	19
3.10	Aspectos de finanzas.....	19
3.10.1	Costos.....	19
3.10.2	Gasto.....	19
3.10.3	Inversión.....	20
3.10.4	Capital contable.....	20
3.10.5	Financiamiento.....	20
3.10.6	Tasa de interés.....	20
3.10.7	Balance general.....	21
3.10.8	Estado de resultado.....	21
3.10.9	Punto de equilibrio.....	21
3.10.10	Flujo de caja.....	21
3.10.11	Flujo de efectivo.....	21
3.10.12	Capital de trabajo.....	22
3.11	Evaluación financiera.....	22
3.11.1	Valor Actual Neto (VAN).....	22
3.11.2	Tasa Interna de Rendimiento (TIR).....	22
IV	HIPOTESIS.....	23
V	DISEÑO METODOLOGICO.....	24
5.1	Tipo de estudio.....	24
5.2	Necesidades de información.....	24
5.2.1	Fuentes primarias.....	24
5.2.2	Fuentes Secundarias.....	25

	INDICE	Pág.
5.3	Operacionalización de las variables.....	26
5.4	Recolección de información.....	28
5.4.1	Entrevistas.....	28
5.4.2	Cuestionario.....	28
5.5	Plan de muestreo.....	28
5.5.1	Elementos.....	28
5.5.2	Criterios de inclusión.....	29
5.5.3	Marco de la población.....	29
5.5.3.1	Determinación del tamaño de la muestra.....	29
5.5.4	Tipo de muestreo.....	29
5.5.5	Procesador de datos a utilizar.....	30
VI	RESULTADOS.....	31
6.1	Estudio De Mercado.....	31
6.1.1	Análisis de la demanda.....	31
6.1.1.1	Comportamiento histórico nacional.....	31
6.1.1.1.1	Llegada de extranjeros a Nicaragua y su clasificación año 2002.....	32
6.1.1.2	Comportamiento histórico del departamento de Río San Juan.....	34
6.1.1.3	Comportamiento histórico de los visitantes del municipio de San Carlos.....	36
6.1.2	Proyecciones nacionales.....	37
6.1.3	Resultados de la encuesta.....	38
6.1.4	Características del servicio con el proyecto.....	46
6.2	Análisis De La Oferta.....	48
6.2.1	Oferta del servicio de alojamiento en el departamento de Río San Juan.....	48
6.2.2	Alojamiento de tipo turístico en el departamento de Río San Juan.....	50
6.2.3	Oferta de alojamiento en el municipio de San Carlos.....	50
6.2.4	Estrategias de competencia.....	51
6.2.5	Comportamiento histórico de la oferta en el municipio.....	52
6.2.6	Precios del servicio de alojamiento del departamento de Río San Juan.....	52
6.2.7	Producto sustituto al servicio de alojamiento de tipo turístico.....	54
6.2.8	Características del actual servicio que ofrece el hotel Las Peñas.....	55
6.2.9	Forma de fijación de precio.....	55
6.2.10	Principal competidor del proyecto.....	56
6.2.11	Determinación de la demanda del proyecto.....	57
6.3	Análisis De La Comercialización.....	58
6.3.1	Canales de comercialización.....	58

	INDICE	Pág.
6.3.2	Estrategias de comunicación.....	58
6.4	Estudio Técnico Del Proyecto.....	60
6.4.1	Localización: factores.....	60
6.4.1.1	Atractivos del lugar.....	60
6.4.1.2	Ubicación y límites.....	61
6.4.1.3	Servicios básicos.....	61
6.4.2	Tamaño del proyecto y factores condicionantes.....	63
6.4.3	Ingeniería del proyecto.....	64
6.4.3.1	Disponibilidad y costos de mobiliarios y equipos.....	64
6.4.4	Costo del recurso humano.....	68
6.4.4.1	Disponibilidad y costo de insumos y suministros.....	68
6.4.4.2	Costo de las obras físicas.....	69
6.4.5	Determinación del proceso de producción.....	70
6.4.6	Distribución de la planta física del hotel.....	71
6.5	Estudio Administrativo.....	76
6.5.1	Organigrama del hotel Turístico Las Peñas.....	76
6.6	Estudio Y Evaluación Financiera.....	79
6.6.1	Inversión fija y diferida.....	80
6.6.2	Inversión de mobiliario y equipo.....	81
6.6.3	Depreciaciones.....	82
6.6.4.1	Depreciación de edificio.....	82
6.6.4.2	Costos operativos mensuales.....	83
6.6.4.3	Balance del personal.....	83
6.6.4.4	Activo circulante.....	84
6.6.4.5	Financiamiento.....	84
6.6.4.6	Presupuesto de ventas proyectado.....	85
6.6.4.7	Flujo de caja proyectado.....	86
6.6.4.8	Estado de resultado proyectado.....	88
6.6.4.9	Balance general proyectado.....	89
6.6.4.10	Evaluación financiera.....	90
6.6.4.10.1	Punto de equilibrio.....	90
6.6.4.10.2	Cálculo del Valor Actual Neto.....	91
6.6.4.11	Relación Beneficio/Costo.....	92
VII	ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	93
VIII	CONCLUSIONES.....	95

	INDICE	Pág.
IX	RECOMENDACIONES.....	96
X	BIBLIOGRAFIA	
XI	ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

El Departamento de Río San Juan cuenta con una serie de recursos naturales de gran atractivo, los cuales constituyen un potencial de primer orden para el desarrollo eco turístico del departamento.

El municipio de San Carlos, cabecera departamental de Río San Juan, está situado al sureste de Nicaragua, a la salida del río hacia la costa y Océano Atlántico y frente al gran lago de Nicaragua. Pueblo pintoresco, considerado por sí mismo un atractivo cultural, en donde el visitante puede ser parte del desarrollo de la vida cotidiana. Tiene una población aproximada de 28,733 habitantes y una extensión de 1,462 km².

San Carlos es considerado un corredor comercial turístico, el cual visitan diversos factores de la población nicaragüense, ya sea por comercio, turismo, trabajo, entre otros. También por turistas extranjeros. De San Carlos puede salir y visitar 26 atractivos turísticos.

Este municipio no dispone de la oferta hotelera adecuada ni suficiente para hacerle frente a la demanda de alojamiento que requieren los visitantes nacionales y extranjeros que arriban, a esta cabecera departamental.

El Hotel “Las Peñas”, propiedad de la Alcaldía Municipal, es uno de los que se puede citar como ejemplo de tal situación. Actualmente su infraestructura se encuentra significativamente deteriorada, lo cual le imposibilita ofrecer un servicio de calidad y comodidad.

Lo antes descrito es un resultado de la poca inversión en el mantenimiento de la planta física del hotel. También al tipo de materiales que se utilizó cuando se construyó, ya que los materiales prefabricados y el plywood, no garantizan durabilidad en las construcciones de este tipo.

Además, cada habitación está equipada solamente con una cama de madera y dos colchones de esponjas. No poseen mesas de noche, sillas y baños individuales.

Con las actuales condiciones el Hotel Las Peñas no está aprovechando las excelentes oportunidades que ofrece la industria hotelera en San Carlos. Si no se reconstruye y no se implementa un plan de mantenimiento de la infraestructura, el Hotel se deteriorará completamente. De igual forma si no se aumenta el número de componentes básicos del servicio (como baños), la oferta del servicio no será atractiva.

Esta situación hace necesaria la inversión en la reconstrucción del hotel, para mejorar la oferta del servicio de alojamiento (y en general del Municipio de San Carlos) y los ingresos del mismo, aprovechando que el turismo en los últimos años se ha convertido en una industria generadora de muchos ingresos para el país.

En Nicaragua, según los datos del Instituto de Turismo (INTUR) del año 2001, los ingresos monetarios derivados del turismo fueron aproximadamente 109.0 millones de dólares ocupando el primer lugar entre los rubros generadores de divisas, y sobrepasando los ingresos generados por el café que tradicionalmente ocupa el primer lugar. Aunque la llegada de turistas internacionales presentó un decremento menor al 1% para el período señalado, no dejan de influir positivamente en la demanda de servicios hoteleros o de alojamiento.

Desde las regiones más grandes hasta la más pequeña y pintoresca, como San Carlos, Río San Juan; se han visto afectadas por la demanda creciente de estos servicios. Sin embargo, en este departamento al igual que en todo el país, existe un déficit en la oferta. En el caso particular del municipio de San Carlos, ubicación del proyecto, se estima un déficit del 21%, aproximadamente. Este resulta de la diferencia entre las 53 personas que se proyecta que demandarán alojamiento de tipo turístico y la capacidad actual de alojamiento turístico de 42 personas.

Dicha situación obliga a que la cantidad de la oferta y los niveles de calidad de la misma mejoren, entendiendo el servicio hotelero de alojamiento como un todo: desde su infraestructura (instalación física) hasta la atención al cliente.

Por tal razón se plantea la realización de este estudio de preinversión, el cual permitirá a través de sus resultados determinar la viabilidad técnico-financiera de invertir en la reconstrucción del Hotel Las Peñas y en la implementación de nuevas estrategias de mercadeo. Lo que a su vez conllevará a aumentar la oferta en la zona, a prestar un excelente servicio de hotelería y a mejorar los ingresos del mismo.

Cabe destacar que de no realizarse el presente estudio las probabilidades de que el municipio cuente con un nuevo lugar, adecuado para albergar a los diferentes tipos de visitantes y turistas que frecuentan la zona, se reducirán. También se continuará obviando como factores importantes en la prestación del servicio, la infraestructura y la atención al cliente.

Con la elaboración de este trabajo se conocen los atributos del servicio más importantes para el cliente, lo cual permitió la formulación de una propuesta de un nuevo servicio basado en calidad.

Finalmente este estudio deja sentada las bases para su continuación a otro nivel y/o para las iniciativas de ejecución del proyecto. la reconstrucción de la planta física y la ampliación del número de componentes del servicio de alojamiento del Hotel Las Peñas, del Municipio de San Carlos, durante el segundo semestre del año 2003 mejora y amplía el alojamiento de tipo turístico del municipio y los ingresos del hotel.

En el capítulo subsiguiente se abordará todo lo relacionado con los antecedentes; es decir la situación actual de oferta hotelera del departamento de Río San Juan, información histórica acerca del hotel y se describe la manera en que se encuentra operando actualmente.

Posteriormente se señalan los objetivos tanto generales como específicos del estudio, continuando con diferentes conceptos importantes dentro del marco teórico para luego entrar a la hipótesis del trabajo. A continuación se encuentra el diseño metodológico en donde se aborda el tipo de estudio y las fuentes de información.

Seguidamente se detalla los resultados del estudio de mercado, análisis de la oferta y comercialización; estudio técnico, administrativo y financiero del proyecto.

I. ANTECEDENTES

En la zona de Río San Juan existen 26 hoteles con capacidad de 177 habitaciones y 368 camas. En San Carlos, existen ocho (8) hoteles: Cabinas Leyco (Alojamiento Turístico-capacidad 22 camas y 13 habitaciones), Hospedaje Carelhys (Alojamiento-Capacidad 13 camas y 13 habitaciones), Don Pancho (Hotel de Lujo-Capacidad 20 camas y 16 habitaciones), Hotel Yure (Alojamiento-capacidad 14 camas y 12 habitaciones), Hospedaje Peñas (Hotel-capacidad 18 camas y 11 habitaciones), Hospedaje Madroño (Alojamiento-Capacidad 25 camas y 15 habitaciones), Hotel San Carlos (Alojamiento-Capacidad 17 camas y 14 habitaciones), y El Costa Sur (Alojamiento-Capacidad 17 camas y 15 habitaciones), de los cuales solamente 1 es considerado turísticos; el Cabinas Leyco.

El resto de establecimientos, según clasificación que hace el Instituto de Turismo, pertenecen a la categoría de alojamiento de carácter no hotelero. El "Hotel las Peñas", uno de los tres alojamientos que pertenecen a la alcaldía de San Carlos y objeto de este estudio, forma parte de esta categoría debido a que no presta la cantidad y calidad de los servicios que debe prestar un Hotel.

La capacidad de alojamiento es de 11 habitaciones, entre las cuales existen cinco sencillas, dos matrimoniales, tres doble y una múltiple. El precio por habitación, según el orden antes descrito es de: Hs C\$25, Hm C\$40, Hd C\$ 37.50 y HmuC\$ 70. El Hotel es de dos plantas y tiene una extensión de 16 mts. de largo por 8 mts. de ancho. La planta baja es de material prefabricado y la planta alta es de madera y plywood con techo de zinc.

Desde su construcción en 1984, la alcaldía de San Carlos no ha contemplado dentro de los planes operativos del hotel, ningún tipo de mantenimiento a la planta física que evite el deterioro permanente al que ha estado expuesto. No ha existido mucho interés en que el personal encargado de brindar el servicio sea el más adecuado. La formación y habilidades de éste, históricamente no han sido consideradas como elementos influyentes en la calidad del servicio. Por tanto la inversión en capacitación y desarrollo del recurso humano es nula.

Con la situación en que se encuentran ambos componentes del servicio de alojamiento, difícilmente el Hotel Las Peñas podrá hacerle frente a la competencia que existe en la zona, y mucho menos logrará, aprovechar las bondades de la creciente demanda en esta industria, debido a que los clientes cada vez están exigiendo servicios de mayor calidad y cantidad, refiriéndose este último término a la parte de los servicios complementarios: habitación con aire acondicionado, acceso al servicio telefónico y alimentación.

II. OBJETIVOS

Objetivo General:

Analizar la factibilidad técnico económica de la reconstrucción del Hotel Las Peñas y la contribución al servicio de alojamiento con que cuenta el municipio.

Objetivos Específicos:

1. Conocer a través del estudio de mercado cuáles son los atributos del servicio, que son considerados como importantes para el cliente.
2. Estimar el mercado potencial para el Hotel Las Peñas bajo la modalidad de servicio hotelero de tipo turístico.
3. Describir las mejoras técnicas de construcción y operación que tendrá el hotel.
4. Calcular los costos e ingresos que generará el proyecto de remodelación.
5. Analizar la viabilidad del proyecto a través de los estados financieros.
6. Establecer el impacto ambiental del proyecto.

III. MARCO TEÓRICO

3.1 Hotel

De acuerdo a la Enciclopedia de Arquitectura de Plazola (1997:383), hotel es un establecimiento público donde se proporciona alojamiento y diversos servicios para la comodidad de los pasajeros que lo utilizan. Es además un establecimiento comercial que ofrece hospedaje, alimentación y otros servicios al público, da esparcimiento y recreación día por día.

Para clasificar los hoteles existen varios criterios, entre ellos:

- ❖ Dimensión
- ❖ Tipo de Clientela
- ❖ Calidad de servicios
- ❖ Organización
- ❖ Inteligente
- ❖ Ubicación o relación con otros servicios
- ❖ Operación
- ❖ Proximidad a terminales de compañías transportadoras

3.1.1 Instalaciones

La funcionalidad de un hotel, según la referida Enciclopedia, aparte de una adecuada concepción estructural que incluye sus acabados, depende principalmente de las siguientes instalaciones: energía eléctrica, calefacción, mantenimiento, aire acondicionado, iluminación, seguridad, sistemas de prevención, de incendios y telecomunicaciones.

3.1.2 Funcionamiento

Entre las características que debe reunir la mayoría de los hoteles para lograr una mayor eficacia de estancia de los huéspedes están:

- Funcionamiento las 24 horas del día durante los 365 días del año, por lo cual los aspectos relacionados con el mantenimiento, la actualización y reparación de sus sistemas adquiere una gran importancia;
- Los costos de energía y costos de servicio, en algunos casos, son reembolsables por el huésped;
- La seguridad, tanto en lo que refiere a posibles siniestros como frente a intrusiones, es vital para la imagen de la empresa hotelera y el mantenimiento de los niveles altos de ocupación del hotel.

Para alcanzar un alto nivel de ocupación en un hotel se deben tener en cuenta los siguientes puntos:

- Proporcionar tanto a los servicios generales del hotel como a los específicos de cada habitación el máximo confort posible;
- Administrar de una forma óptima los recursos existentes, buscando una máxima rentabilidad al capital invertido y reduciendo los costos de mantenimiento.
- Proporcionar tanto al huésped y sus bienes personales como para el hotelero con respecto a las instalaciones del edificio, el nivel más alto de seguridad.
- Poner a disposición de los huéspedes, los medios tecnológicos más avanzados para facilitar su trabajo o diversiones.

3.1.3 Personal del hotel

La cantidad y especialidad las determinan, las dimensiones del hotel y calidad de servicios que preste éste. A continuación se mencionan los puestos más comunes y los de mayor interés para el proyecto a desarrollar:

Encargado de recepción:

- Registra reservaciones que le dan por anticipado por medio de cartas, teléfono o personalmente.
- Atiende al huésped
- Proporciona correspondencia o recados
- Otorga información variada
- Asigna habitación

Jefe de habitaciones:

- Supervisa a las camareras.
- Se encarga de la limpieza general de la habitación y la suministra con los artículos que ordene la gerencia.
- Reporta al ama de llaves cualquier daño que detecte en las habitaciones para que sea reparado.

Botones:

- Cuando llega el huésped está atento para ayudarlo con los objetos que le resten comodidad
- Le pide al huésped que le muestre su equipaje para ayudarlo

Personal de limpieza:

- Asea la habitación y área del baño

Personal de lavandería:

- Recoge la ropa de los huéspedes en sus habitaciones para luego llevarlas al área de lavandería.
- Es responsable por mantener un constante suministro de ropa blanca y toallas limpias del hotel.

Camarero:

- Un camarero (a) es responsable por la limpieza y apariencia general de las habitaciones de los huéspedes.

3.1.4 Proceso de producción

Para la implementación del presente estudio se hace necesario la definición del proceso de producción que es la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación), (Sapag, 2000).

3.2 Clasificación Y Evaluación Del Hotel

De acuerdo a la clasificación internacional con que se evalúa y mide la calidad de un hotel en el extranjero y que de igual forma ha sido implementada en nuestro país, estos pueden clasificarse de acuerdo al número de estrellas que posean, las cuales se le otorgarán dependiendo de las comodidades y lujos que dicho hotel pueda llegar a adquirir, siendo así el de mayor calidad, comodidad y más lujoso; es decir, el de mayor rango el pertenezca a la categoría de 5 estrellas, seguido por el de 4 estrellas que contará con lujos y comodidades un poco menores que el anterior y de esa manera continuará hasta llegar al de menor categoría que sería el de 1 estrella.

Además de lo anterior, el Instituto Nicaragüense de Turismo (INTUR), se encuentra en proceso de aprobación de una categorización de hoteles y lugares de alojamiento, siendo sus principales parámetros la evaluación de las instalaciones físicas, la evaluación de la documentación para la calidad y también se realizarán encuestas a los turistas que hagan uso del servicio, para de esta manera valorar su punto de vista.

3.3 Qué Es Un Proyecto

Debido a que la presente investigación radica en la realización de un estudio de prefactibilidad de un proyecto de restauración, se hace necesario su definición conceptual. Al respecto Sapag dice (2000: 1) que un proyecto no es ni más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana. Surge como respuesta a una “idea” que busca ya sea la solución de un problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros.

3.3.1 Tamaño del proyecto

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por lo tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta. (Sapag, 2000).

3.3.2 Proceso y etapas generales de un proyecto

Todo proyecto, ya sea productor de un bien material o de un servicio debe de atravesar tres etapas según Baca Urbina (2001, 14), las cuales pueden clasificarse en **Preinversión, Inversión y Operación**. Al recorrido por las dos primeras etapas, puede llamársele un “*estado transiente*” para el Proyecto y el arribo de la última etapa, lo hace penetrar a un “*estado de régimen*” (producción rutinaria).

3.3.2.1 Preinversión

A esta etapa se le conoce también como ESTUDIO. Comprende todos los estudios que es necesario realizar para justificar la existencia del proyecto y determinar su costo y por consiguiente sus dimensiones y carácter. Pertenecen a esta etapa la Formulación y Evaluación, como también la elaboración de Diseños. En ella se incluye también la identificación o idea preliminar del proyecto.

3.3.2.2 Inversión

Etapa conocida también como “*ejecución*”, se concretan los contenidos de los estudios. Se refiere a la materialización de los proyectos, pudiendo tratarse de la construcción de una obra determinada, hasta la compra de vehículos, instalación de maquinaria o equipo, etc.

3.3.2.2.1 Inversiones previas a la puesta en marcha

Es muy importante tomar en cuenta antes de la puesta en marcha de un proyecto las estimaciones de costos, para garantizar el éxito del mismo; las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en tres tipos, de acuerdo a Baca Urbina (2001, 30): **activos fijos, activos intangibles y Capital de trabajo.**

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto. Constituyen activos fijos, entre otros, los terrenos; las obras físicas; el equipamiento de la planta, oficinas y salas de ventas y la infraestructura de servicios de apoyo.

3.3.2.3 Obra

También se requiere la definición del término obra para comprender de una mejor manera la esencia del presente estudio, se definirá como el proceso de ejecución de un edificio o alteración de una estructura existente, desde la preparación del solar hasta su terminación, incluyendo las operaciones de excavación, erección, ensamblaje e instalación de los componentes y acabados. También llamada construcción. (Broto, 2001)

3.3.2.4 Operación

Esta es la etapa en que el proyecto da sus **“frutos”**. En ella se le da su sello **“naturaleza y calidad”**. Pueden darse las dos primeras etapas, pero si no se llega al estado de régimen para el que el proyecto fue concebido, el proyecto no es el proyecto, es de acuerdo al criterio de Cortés Pereira (1998, 32), la más importante de las etapas sin menospreciar, claro está, el grado valor que poseen las anteriores.

3.3.2.5 Macro localización

La localización de los proyectos se realiza en dos niveles, una de ellas es la macro localización que incluye diversas alternativas de localización para un proyecto las cuales deberán ser sometidas al análisis cualitativo y para el análisis financiero del mismo.

3.3.2.6 Micro localización

Esta consistirá en la localización puntual para la instalación del proyecto una vez concluido el análisis de macro localización. Ver Anexo 1.

3.4 Aspectos De Mercado

3.4.1 Mercado

Se recurrirá a la definición de mercado debido que dicho factor es importantísimo para el éxito o fracaso del presente proyecto, se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios determinados.(Baca Urbina, 2001)

3.4.2 Mercado meta

Se hará uso además de un concepto más específico llamado mercado meta, de acuerdo a Kotler (1996, 246). es la parte del mercado disponible calificado que la empresa decide captar.

3.4.3 Demanda

Continuando con los conceptos fundamentales de mercado Baca Urbina (2001, 17) define a la demanda como la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

3.4.3.1 Demanda de mercado

Citando nuevamente a Kotler (1996, 247) la demanda de mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un periodo definido, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia definido, bajo un programa de mercadotecnia definido.

3.4.3.2 Demanda potencial

Según Rosenberg en su diccionario de Administración y Finanzas (1995, 125) la demanda potencial es la que puede esperarse efectiva en fechas futuras (Ej. Cuando el poder adquisitivo aumente).

3.4.3.3 Demanda elástica al precio

Al consultar el Diccionario Profesional de Marketing CISS, (1995, 269) Hay reacciones limitadas de los proveedores a cambios relativamente grandes en los precios: en términos de porcentaje la cantidad ofertada cambia relativamente menos que el cambio de precio relativo, en términos de porcentajes. Los ingresos totales (IT) disminuyen en el caso de una reducción de precio y aumentan en caso de un aumento de precio.

3.4.3.4 Oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca Urbina, 2001)

3.5 Mezcla De Mercadeo

3.5.1 Producto

En un sentido riguroso, un producto es una serie de atributos conjuntados en forma identificable. Todo producto se designa con un nombre descriptivo (o genérico) que entiende la gente, como acero, seguro, raquetas de tenis o entretenimiento.

En el marketing se necesita una definición más amplias del producto para indicar que el público en realidad no está comprando un conjunto de atributos, sino más bien be4neficios que satisfacen sus necesidades. (Stanton, 1999)

3.5.2 Precio

Según en Diccionario de Marketing (1999- 258), el precio es el único elemento de la mezcla de mercadeo que produce ingresos, ya que el resto de los componentes producen costes y su concepto puede entenderse como el valor de intercambio de bienes o servicios.

3.5.3 Canales de distribución

La propiedad de un producto debe transferirse de alguna manera del individuo u organización que lo elabora al consumidor que lo necesita y lo compra. Los bienes además deben ser transportados físicamente de donde se producen a donde se necesitan. Por lo general los servicios no pueden enviarse, sino que más bien se producen y consumen en el mismo lugar. . (Stanton, 1999)

3.5.4 Promoción

La promoción es básicamente de acuerdo a Stanton (1999, 482) un intento de influir en el público. Más exactamente, la promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y/o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.

3.6 Investigación De Mercados

Es imprescindible la realización de una investigación de mercado para determinar el grado de factibilidad que tendrá el proyecto y según Malhotra, (1997, 8) Es la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y aportaciones de mercadotecnia.

3.6.1 Tipos de investigación

Según la clasificación de Dankhe citada en la Metodología de la Investigación, de Sampieri, (1998, 57) los divide en: Exploratorios, descriptivos, correlacionales, explicativos.

3.6.1.1 Investigación exploratoria

Como su nombre lo indica , el objetivo de la investigación exploratoria es examinar o buscar a través del problema o situación para dar una mejor idea o comprensión del mismo.

Puede utilizarse para cualquiera de los siguientes propósitos:

- ↳ Formular un problema o definirlo de manera más precisa.
- ↳ Identificar cursos alternativos de acción.
- ↳ Desarrollar hipótesis.
- ↳ Aislar variables y relaciones clave para un análisis posterior.
- ↳ Ganar comprensión para desarrollar un enfoque del problema.
- ↳ Establecer prioridades para investigaciones posteriores.

3.6.1.2 Investigación descriptiva

Tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características y funciones del mercado.

3.6.1.3 Investigación correlacional

La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas. Es decir, intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos en una variable, a partir del valor que tiene en la variable o variables relacionadas.

3.6.1.4 Investigación explicativa

Está dirigida a responder a las causas de los eventos físicos o sociales, es decir el por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da éste, y por que dos o más variables están relacionadas.

3.7 Servicio

La definición de este concepto resulta de mucha importancia por cuanto el principal aspecto a vender es el servicio el cual según Benjamín Franklin (1998, 277) Es el resultado por actividades en la interrelación entre el proveedor y el cliente y por las actividades internas de aquél para satisfacer las necesidades de éste.

3.7.1 Satisfacción

Otro aspecto que representa enorme importancia en el presente estudio es la satisfacción que de acuerdo al Diccionario de Marketing, CISS, (2001, 365) es una de las variables que determinan la fortaleza de la fidelidad de una relación. La satisfacción es el resultado del grado al que la relación entre un comprador y su proveedor satisface las expectativas.

3.7.2 Servicio al cliente

Para continuar con los aspectos de relevancia y garantizar la fortaleza del proyecto se hace necesario enfatizar en el servicio al cliente que de acuerdo a Lovelock, (1997, 491) el Servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sean la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional.

3.7.3 Cliente

Es de suma importancia además definir al cliente ya que él representa el factor principal y número uno en el presente proyecto, para tal fin el Diccionario Profesional de Marketing, CISS, (1995, 11) lo define como persona u organización que compra, toma en arriendo financiero o alquila bienes y servicios.

3.7.4 Consumidor

Interesa también determinar al consumidor y citando al Diccionario CII, (1995, 35) es aquella persona u organización que hace uso efectivo de un determinado bien o servicio que conlleve el suministro de un bien, transformándolo sustancialmente o eliminándolo físicamente.

3.8 Calidad

Para diferenciar un producto o servicio de otro es necesario conocer y tomar en cuenta la calidad que Kotler (1996, 56) define como la totalidad de características de un producto o servicio que influye en su capacidad para satisfacer necesidades establecidas e implícitas.

3.8.1 Calidad en el servicio

Baca Urbina (1995, 246) define este término como el conjunto de factores que hacen que un producto o servicio funcione de manera óptima con el mínimo de fallas o errores.

3.9 Marketing Social

Es el marketing encaminado a desarrollar acciones y programas cuyo fin es conseguir la adhesión a una idea o práctica social (Diccionario de Marketing, 1999). Sus posibilidades son en principio ilimitadas, ya que también son ilimitados los problemas sociales. Los encargados de hacer marketing social se ven afectados por el impacto de un tipo de competencia amistosa de otras organizaciones sociales que luchan por la misma causa.

3.10 Aspectos De Finanzas

3.10.1 Costos

Un factor que siempre debe ser tomado en cuenta a la hora de cualquier inversión son sin lugar a duda los costos los cuales pueden definirse como el valor cedido por una entidad para la obtención de bienes o servicios, a fin de obtener una mercancía en la cantidad requerida y transportada al lugar deseado.(Rosenberg, 1995).

3.10.2 Gasto

De acuerdo a la definición de la enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa (1994, 915) gasto es la operación Económica que origina una doble circulación económica en la empresa, compuesta por una salida de dinero en contrapartida de la cual se recibe algo real, bienes o servicios que colaborarán en el proceso productivo. Es distinto a una pérdida.

3.10.3 Inversión

Para la puesta en marcha del presente proyecto se requerirá de una estimable inversión la cual no es más que una forma de gasto que está representada por la colocación de recursos con objeto de obtener de los mismos un beneficio, o por lo menos, una conservación del valor. (Enciclopedia Práctica de la pequeña y mediana empresa, 1994)

3.10.4 Capital contable

Es importante de igual forma recurrir al concepto de capital contable y para tal fin se consultó a Enríquez Polomec (1992, 24) quien señala que el capital contable está representado por el total de activos que se emplean en el negocio, menos el pasivo, sin distinción alguna ni otra diferencia en cuanto a su procedencia.

3.10.5 Financiamiento

Según Baca Urbina (1995- 148), puede decirse que una empresa está siendo financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualesquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión. Entiéndase por dinero barato los capitales pedidos en préstamo a tasa mucho más bajas que las vigentes en las instituciones bancarias.

3.10.6 Tasa de interés

Debe analizarse asimismo otro factor muy determinante para la toma de decisión de la puesta en marcha o no del proyecto, éste es sin lugar a duda la tasa de interés, que según Rosenberg, (1995, 404) representa Porcentaje de intereses a pagar por un préstamo.

3.10.7 Balance general

Resulta de enorme importancia hacer uso de un elemento de apoyo como lo es el balance general, que es un documento contable que presenta la situación financiera de un negocio en una fecha determinada, muestra clara y detalladamente el valor de cada una de las propiedades y obligaciones, así como el valor del capital. (Lara Flores, 1992)

3.10.8 Estado de resultado

También se requiere de la implementación de estados de resultados para un mejor control administrativo, se definirá como un documento contable que muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio. (Lara Flores, 1992)

3.10.9 Punto de equilibrio

De igual importancia resulta la toma en consideración del punto de equilibrio que podría decirse es el punto (expresado en términos de unidades o monetario) en el cual los costos totales igualan al ingreso total, y la utilidad es cero. (Polimeni y Aderberg, 1990)

3.10.10 Flujo de caja

Continuando con la definición de términos financieros, no podía quedar sin mencionar uno de gran valor como lo es el flujo de caja, que no es más que la diferencia entre el dinero adicional recibido y el dinero adicional pagado si un proyecto de inversión es desarrollado. (Polimeni y Aderberg, 1990)

3.10.11 Flujo de efectivo

De igual manera se hará hincapié en otro término clave como es el flujo de efectivo que comprende simplemente las entradas a caja menos las salidas de caja que se esperan resulten en una inversión. (Polimeni y Aderberg, 1990)

3.10.12 Capital de trabajo

No podía quedar fuera del presente estudio este otro concepto significativo que debe tomarse en consideración a la hora de analizar de manera general la creación del proyecto, de este modo capital contable se definirá como el exceso de activos corrientes sobre las cuentas del pasivo, que constituye el capital de disposición inmediata necesario para continuar las operaciones de un negocio.(Rosenberg, 1995)

3.11 Evaluación Financiera

3.11.1 Valor actual neto (VAN)

Siguiendo el orden del análisis financiero toca el turno de mencionar a uno de los métodos que se requieren obligatoriamente para analizar la rentabilidad o no del proyecto, se refiere sin duda al valor actual neto (VAN) que se define como la diferencia monetaria entre el valor actual de los flujos netos de entradas de efectivo, con el valor actual del costo inicial, erogado en efectivo, de un proyecto de desembolso de capital.(Welsch y Gordon, 1990).

3.11.2 Tasa interna de rendimiento (TIR)

De la misma manera se recurrirá a otra técnica que permitirá conocer la factibilidad o fracaso del proyecto tal es el caso de la Tasa Interna de Retorno (TIR) que está definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro, o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos. En términos económicos la **Tasa Interna de Rendimiento** representa el porcentaje o la tasa de interés que se paga sobre el saldo no recuperado de una inversión.(Coss Bu, 1993)

IV. HIPÓTESIS

La reconstrucción de la infraestructura y la implementación de nuevas políticas de mercadeo en el Hotel Las Peñas son viables financiera y comercialmente, y contribuirá positivamente en cantidad y calidad a la oferta del servicio de alojamiento de la zona.

V. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Tipo De Estudio

Este estudio es de tipo descriptivo, debido a que permite delimitar los hechos que conforman el problema de investigación (deterioro de la infraestructura del Hotel y atención al cliente), determinar las preferencias de consumo y establecer comportamientos concretos de las variables con su respectivo análisis de incidencia.

También se hizo uso, como técnica de apoyo, el método de investigación Análisis y síntesis que cita Carlos E. Méndez en su libro *Metodología*, el cual consiste en la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad y en la relación de cada una de ellas para crear explicaciones a partir de su estudio.

5.2 Necesidades De Información

Se refiere a la información científica que sirvió para la interpretación y análisis de los resultados. Estos datos se obtuvieron haciendo uso de fuentes primarias y secundarias.

5.2.1 Fuentes primarias

Es la información que se recopiló a través del trabajo de campo. Algunas de las fuentes consultadas fueron:

- a) Entrevistas personales con expertos en el tema: dueños de hoteles que conocen la zona en donde se desarrollará el proyecto, personas que trabajan en empresas Tour operadoras, etc.
- b) Encuesta para determinar los gustos y preferencias de los clientes potenciales.

Los resultados de la pequeña encuesta que se realizó, permitió confirmar la percepción que tienen los visitantes de la zona sobre la calidad de los servicios de alojamiento. De igual manera, los parámetros o variables del servicio que estos consideran como indispensables, para la creación de una oferta de servicio que esté de acuerdo a sus expectativas.

5.2.2 Fuentes secundarias

La información proveniente de las fuentes secundarias constituye la parte medular en la que está sustentado el proyecto por cuanto las estimaciones de la oferta y demanda de los servicios de la industria turística y del Hotel en particular, se realizaron a partir de los datos oficiales de las instituciones que se citan a continuación.

- a) Datos estadísticos y económicos del Instituto de Turismo (INTUR), Instituto Nicaragüense de Fomento Municipal (INIFOM), Asociación de Municipios de Nicaragua (AMUNIC), Instituto Nicaragüense de Estadísticas y Censos (INEC), La Gaceta (diario Oficial del Estado) y Alcaldía de San Carlos.
- b) Información disponible en Internet sobre las diferentes ofertas de alojamiento en Nicaragua y los principales destinos turísticos.

5.3 Operacionalización De Las Variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES	VALORES	NIVEL DE MEDICIÓN
Servicio	Cualquier acto que una persona ofrece a otra y que en principio es intangible y no tiene como resultado la transferencia de la propiedad de nada.	Infraestructura	Nº de Hab.	Razón
			Nº de Baños	
			Snack Bar	Nominal
		Atención al cliente	Rapidez	Nominal
			Cortesía	
			Alimentación	
			Tipo de camas	
		Seguridad	Interna	
			Externa	
		Accesibilidad	Nº vías de acceso	Razón
			Nº medios de Transporte	
Precio	Es lo que un comprador da a cambio para obtener un servicio.	Cantidad de dinero	Unidades monetarias	Razón
Oferta	Cantidad de servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.	Alojamientos	Nº de Alojamientos en el municipio	Razón
			Tipo o categoría de Alojamientos	Nominal

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES	VALORES	NIVEL DE MEDICIÓN
Demanda	Cantidad de servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.	Visitantes	N° de visitantes del municipio	Razón
			Tipo de visitante	Nominal

5.4 Recolección De Información

Para la realización de esta tarea se utilizó un conjunto de instrumentos. Las entrevistas personales, el cuestionario de la encuesta y la guía o calendario para la búsqueda de información en las instituciones tanto gubernamentales como privadas que trabajan en el tema.

5.4.1 Entrevistas

Estas fueron aplicadas a dueños de pequeños hoteles que trabajan o conocen la zona en donde tendrá lugar el proyecto, ejecutivos de Tour Operadoras que incluyen en sus paquetes al Municipio de San Carlos. Serán de carácter personal, no estructuradas, con una duración máxima de 20 minutos, tratando de realizar preguntas que no abandonen en ningún momento el tema de interés.

Las preguntas abiertas, proporcionaron mayor información y a partir de ella se pudo determinar en qué aspectos se debe indagar con mayores detalles, de tal forma que se pudieron obtener elementos relevantes o nuevos para la investigación.

5.4.2 Cuestionario

El cuestionario fue aplicado a personas que han visitado el Municipio de San Carlos y conocen la oferta de alojamiento. Esto con el fin de obtener una valoración del servicio que actualmente se presta y de establecer en qué condiciones consumiría uno nuevo o mejorado.

5.5 Plan De Muestreo

5.5.1 Elementos

El universo estudiado está conformado por visitantes del Departamento de Río San Juan, específicamente del Municipio de San Carlos.

5.5.2 Criterios de Inclusión

- Personas tanto nacionales como extranjeras que visitan el Municipio de San Carlos.
- Visitantes que conocen (a través del consumo) la oferta del servicio de alojamiento de tipo turístico y alojamiento de carácter no hotelero.

5.5.3 Marco de la Población

El medio por el cual se obtuvieron los elementos de la Población, fueron mediante los registros que llevan las empresas Tour Operadoras de los clientes que le han comprado sus servicios y dentro de los que incluyen como destino al municipio de San Carlos. También, fue posible obtener el flujo de visitantes a través del transporte público, y de igual manera se consideró.

5.5.3.1 Determinación del tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra no superó la cantidad de 30 encuestas. Esto se debió a que la encuesta no constituyó el único medio de obtención de información y sirvió para verificar la percepción general que se tiene de la oferta de alojamiento del municipio. Según los datos del año 2002 el municipio de San Carlos fue visitado por aproximadamente 58 turistas al día, por tanto se estimó conveniente realizar un número de encuestas no menor al 50% de la cantidad señalada.

5.5.4 Tipo de Muestreo

El muestreo utilizado fue de tipo no probabilístico. Esto se debió a que el objetivo principal de la encuesta fue conocer cómo valoran el servicio de alojamiento del Municipio de San Carlos, los visitantes que han hecho uso del mismo.

Por tanto para que los resultados de la encuesta fueran coherentes con el objetivo, el encuestador necesariamente tuvo que determinar qué unidades de estudios sería conveniente considerar y cuáles no. Obviamente haciendo uso de los criterios de inclusión, señalados en secciones anteriores; puesto que sólo los visitantes que han hecho uso de este servicio estuvieron en la capacidad de valorar las variables o elementos que lo conforman.

Las encuestas fueron realizadas por medio de las Tour operadoras, abordando a los turistas que tenían como destino a San Carlos y tomando en cuenta los criterios de inclusión.

5.5.5 Procesador de datos a utilizar

Dado que los datos a procesar y analizar no son muy complejos, se utilizó el programa de informática *Microsoft Excel*. Con las múltiples funciones que posee resultó práctica y sencilla esta etapa de la investigación.

VI RESULTADOS

6.1 Estudio De Mercado

El estudio de mercado tiene como objetivo proporcionar información en cuanto a llegada de turistas, proyecciones de llegadas: es decir un análisis de la demanda, características del actual servicio que ofrece el hotel Las Peñas, así como el principal competidor del proyecto, interpretación de los resultados de la encuesta, análisis de precio y comercialización.

6.1.1 Análisis De La Demanda

6.1.1.1 Comportamiento Histórico Nacional

Para estimar la demanda del proyecto es necesario conocer cuál es el comportamiento histórico de la llegada de extranjeros y el ingreso que ellos generan a Nicaragua. Esto se debe a que la mayoría de los extranjeros vienen por turismo a Nicaragua y el Hotel Las peñas con la implementación del proyecto cambiará su concepto de servicio actual. Es decir, dejará de ser un Hotel de tipo No Turístico y se convertirá en uno de Tipo Turístico con clasificación mínima de una estrella. La tabla siguiente presenta los datos de la llegada de extranjeros e Ingresos generados desde el año 1993 hasta el 2002.

Tabla 6.1 Llegada de Extranjeros e Ingresos generados en Nicaragua

Año	Llegada de Extranjeros (en miles)	Ingresos Generados (millones US \$)
1993	197.6	29.9
1994	237.7	40.1
1995	281.3	49.5
1996	302.7	54.2
1997	358.4	74.4
1998	405.7	90.0
1999	460.0	106.0
2000	485.9	116.0
2001	584.4	261.9
2002	654.3	337.4

Fuente: Instituto Nicaragüense de Turismo.

A partir del año 1993 el crecimiento de la llegada de extranjeros ha sido constante. El incremento promedio anual es de un 13.27%. Es significativo señalar que el crecimiento del año 2001 con respecto al 2000 es del 20.23% aproximadamente, lo que refleja el repunte que ha venido experimentando este sector en los últimos años. Aunque en el año 2002 la cantidad de extranjeros que llegan a Nicaragua continúa creciendo, el ritmo se desaceleró al bajar la tasa de crecimiento del 20.23% al 11.99%. Esto se debió básicamente a que el factor seguridad en los viajes internacionales fue altamente afectado por el atentado a las Torres Gemelas, Nueva York, Estados Unidos; y desalentó la actividad de algunas industrias, entre estas el Turismo, la que constituye el principal motivo de visita a Nicaragua.

En cuanto a los ingresos, la variación positiva promedio sostenida, históricamente ha sido de un 31.78%. La variación más alta es la que se presenta del año 2000 al 2001, con un 125%. Esto significa 145.9 millones de dólares norteamericanos más en el penúltimo periodo que refiere la tabla 6.1. Sin embargo, para el año 2002 los ingresos se incrementaron de manera reducida en un 28.82%.

6.1.1.1.1 Llegadas de extranjeros a Nicaragua y su clasificación año 2002

Las estadísticas más recientes con las que cuenta el Instituto Nicaragüense de Turismo, muestran que en el transcurso del año 2002 llegaron al país 654,300 visitantes internacionales, los cuales generaron un ingreso de 337,400 millones de dólares. De estos visitantes 539,209 eran turistas, 108,547 eran excursionistas y 6,544 clasificados como otros (incluye diplomáticos y tripulantes).

Tabla 6.2 Llegadas de Extranjeros a Nicaragua según Clasificación Migratoria Año 2002

Meses	Clasificación			Total
	Turistas	Excursionistas	Otros	
Enero	52,344	12,432	654	65,430
Febrero	44,492	7,328	524	52,344
Marzo	47,110	11,188	589	58,887
Abril	52,344	12,432	654	65,430
Mayo	37,099	8,244	458	45,801
Junio	43,445	8,375	524	52,344
Julio	51,690	13,086	654	65,430
Agosto	41,875	9,945	524	52,344
Septiembre	31,799	7,066	393	39,258
Octubre	39,847	5,496	458	45,801
Noviembre	38,931	6,412	458	45,801
Diciembre	58,233	6,543	654	65,430
Total	539,209	108,547	6,544	654,300

Fuente: Informe de Estadísticas del Turismo 2002 INTUR

Es importante destacar que Diciembre, Enero y Abril son los meses en que más turistas ingresan al país, en cambio los excursionistas optan por los meses de Julio, Enero y Abril para incursionar al país.

6.1.1.2 Comportamiento Histórico Del Departamento De Río San Juan

Tabla 6.3 Ingresos de Turistas Internacionales al departamento de Río San Juan

Año	Por San Carlos	Desde Managua	Total
1990	8	8
1991	3	3
1992	53	53
1993	3,909	3,909
1994	5,966	1,426	7,392
1995	8,534	1,687	10,221
1996	8,860	1,816	10,676
1997	10,981	2,033	13,014
1998	12,750	2,228	14,978
1999	14,518	2,423	16,941
2000	16,287	2,618	18,905
2001	18,616	2,782	21,398
2002	21,045	3,426	24,471
TOTAL	121,530	20,439	141,969

Fuente: Informe de Estadísticas del Turismo 2002 INTUR

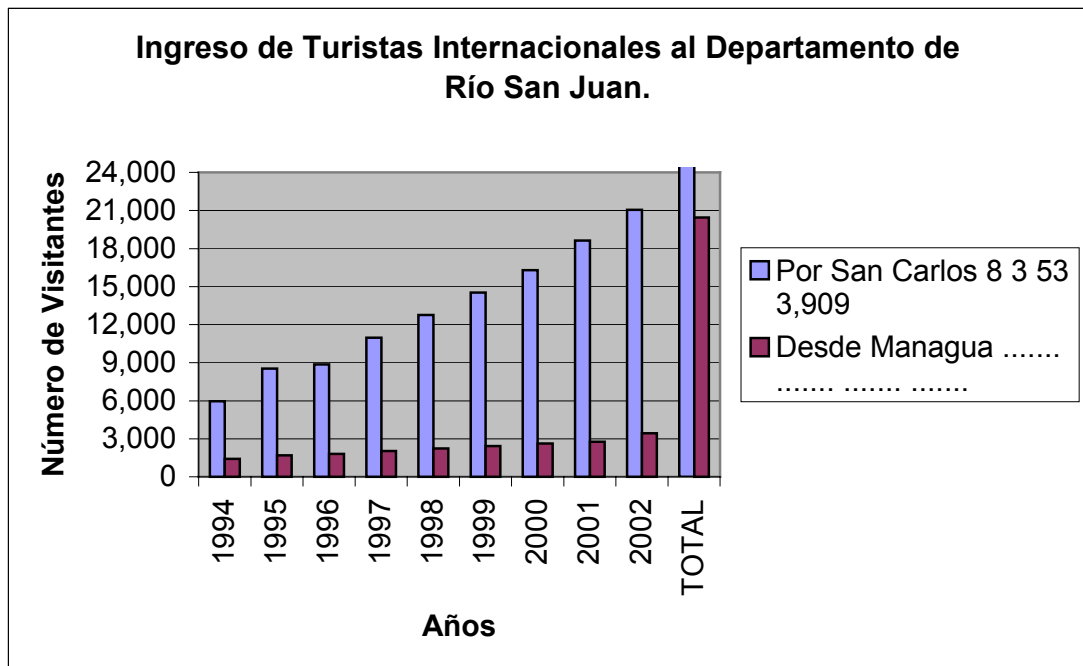


Gráfico 6.1 Ingreso De Turistas Internacionales Al Departamento De Río San Juan.

Fuente: Informe de Estadísticas del Turismo 2002 INTUR

En el gráfico anterior, se presenta la afluencia de turistas internacionales al Departamento de Río San Juan, la cual se ha visto incrementada significativamente en los últimos años, tanto así que de ocho (8) turistas que visitaron el departamento en 1990 seis años después el número de visitantes se ha incrementado a diez mil seiscientos setenta y seis (10,676), y según los datos del año pasado (2002) la cifra ascendió a 24,471 (veinticuatro mil cuatrocientos setenta y uno).

Es importante notar la enorme cantidad de turistas que circulan por San Carlos y pese a esto, el lugar aún no cuenta con un sitio totalmente adecuado que les garantice una estadía cómoda y placentera, tanto desde el punto de vista de infraestructura así como de la calidad del servicio esto sin duda alguna justifica la razón de ser de el presente proyecto que además de ofertar un edificio vistoso y confortable se caracterizará por la calidad en la atención.

6.1.1.3 Comportamiento Histórico De Los Visitantes Del Municipio De San Carlos

Tabla 6.4. Cantidad De Visitantes Del Municipio Y Participación Del Departamento

Año	Por San Carlos	Participación porcentual del total que visitó el departamento
1990	8	100%
1991	3	100%
1992	53	100%
1993	3,909	100%
1994	5,966	81%
1995	8,534	84%
1996	8,860	83%
1997	10,981	84%
1998	12,750	85%
1999	14,518	86%
2000	16,287	86%
2001	18,616	87%
2002	21,045	86%
TOTAL	121,530	86%

Fuente: Informe de Estadísticas del Turismo 2002 INTUR

Al municipio de San Carlos llega una gran cantidad del total de personas que visitan el departamento. Aún cuando la tabla muestra un decrecimiento al pasar de un 100% a un 86% de participación del total, lo cierto es que en números absolutos la cantidad es mucho mayor. Según los datos de la tabla, durante los últimos cinco años la participación se ha mantenido sostenida en un 86%, equivalente en el año 2002 a 21,045 personas. Probablemente esto se deba a que San Carlos funciona como una ciudad puerto en la región.

6.1.2 Proyecciones Nacionales

Las proyecciones que realiza el Instituto Nacional de Turismo sobre la llegada de extranjeros y los ingresos que estos generarán se presentan en la tabla número 6.5.

Tabla 6.5 Proyección de la llegada de extranjeros e ingresos por turismo en Nicaragua

Año	Llegada de Extranjeros (en miles)	Ingresos Generados (millones US \$)
2003	732.9	434.5
2004	820.8	559.7
2005	919.3	720.9

Fuente: Informe de Estadísticas del Turismo 2002 INTUR

Para este año (2003) se estima que vendrán 732,900 extranjeros de los que según el comportamiento de los años anteriores (ver tabla No. 6.5) aproximadamente el 82% serán turistas. Para el año 2004 las proyecciones indican que llegarán a Nicaragua 820,800 extranjeros. Los turistas se estiman en un mismo porcentaje al anterior. En el 2005 la cantidad de extranjeros que visitarán Nicaragua será de 919,300. Es posible observar que habrá un crecimiento sostenido de la llegada de estas personas al país.

Tabla 6.6 Proyecciones de la llegada de extranjeros al departamento de Río San Juan y al municipio de San Carlos.

Año	Río San Juan	San Carlos
2003	27,410	23,572
2004	30,698	26,400
2005	34,381	29,568

Fuente: Informe de Estadísticas del Turismo 2002 INTUR

De igual manera para el departamento de Río San Juan y el municipio de San Carlos se han proyectado los siguientes tres años: 2003, 2004 y 2005. La participación de visitantes para el municipio de San Carlos se estimó en un 86% del total de visitantes del departamento. Bajo el supuesto que una parte de la creciente cantidad de visitantes demanden el servicio de alojamiento es necesario revisar la situación actual del servicio y proponer las mejoras que seguramente demanda este sector.

6.1.3 Resultados De La Encuesta

Para obtener información sobre los gustos y preferencias de los consumidores del servicio de alojamiento, se realizó una encuesta con una muestra de 30 personas. Las personas encuestadas se contactaron a través de empresas Tour operadoras que incluyen en sus paquetes al departamento de Río San Juan. Las personas entrevistadas se han alojado al menos una vez, en cualquiera de los hoteles o albergues del municipio de san Carlos.

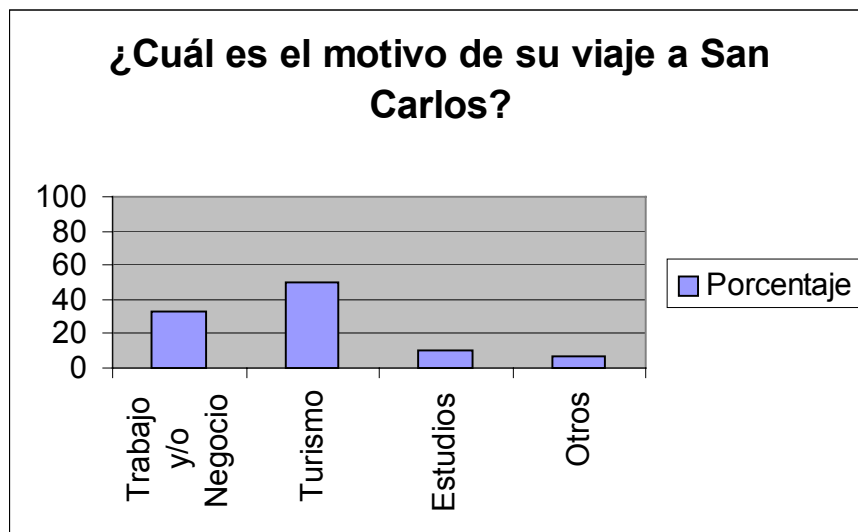
Los resultados de la encuesta se utilizan posteriormente para diseñar la oferta de Alojamiento del hotel “Las Peñas” bajo la nueva clasificación de tipo turístico.

1. Motivo de los viajes o clasificación de los visitantes de San Carlos

¿Cuál es el motivo de su viaje a San Carlos?

Motivos de Viaje	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo y/o Negocio	13	33%
Turismo	12	50%
Estudios	3	10%
Otros	2	7%
Total	30	100%

Otros: deportes, investigadores



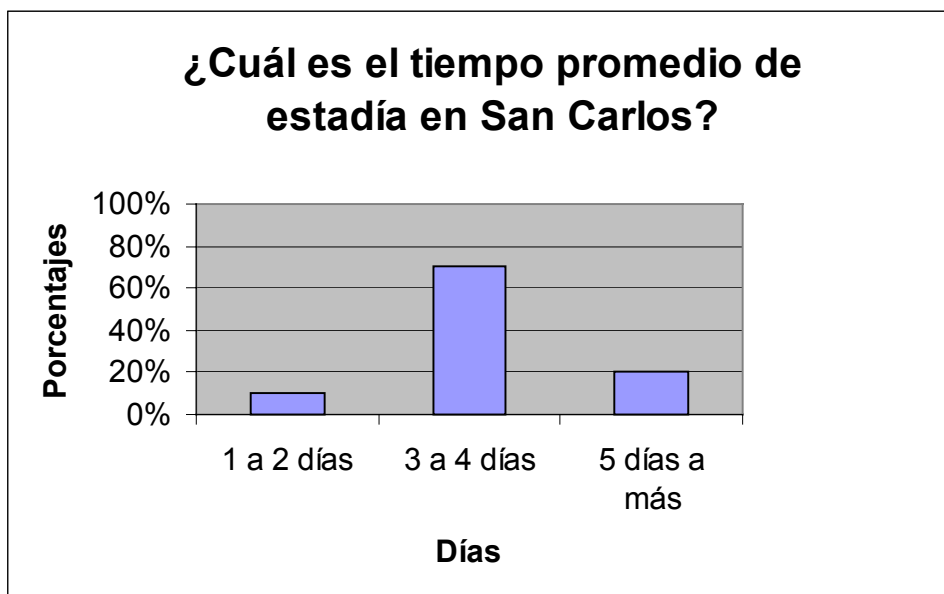
El 50% de los encuestados son turistas, un 33% personas que viajan a San Carlos por razones laborales y/o negocios, un 10% por estudiantes y el restante 7% por otros que incluye deportistas e investigadores. El porcentaje de turistas encuestados es un combinado de nacionales y extranjeros, donde predominan estos últimos.

2. El tiempo promedio de estadía en San Carlos

Al consultar a los visitantes sobre el tiempo promedio de estadía en el municipio de San Carlos una proporción muy alta(70%) respondió que cuando visitaban el lugar permanecían de 3 (tres) a 4 (cuatro) días, 20% de los encuestados afirmaron que permanecían 5 (cinco) días o más y finalmente un 10% solo se quedaban entre uno y dos días. Estos datos brindan una idea de cuál es el comportamiento de la demanda del servicio de alojamiento, permitiendo decir que este tiempo equivale al número de días que probablemente se aloje una persona en un hotel.

¿Cuál es el tiempo promedio de estadía en San Carlos?

Estadía	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2 días	3	10%
3 a 4 días	21	70%
5 días a más	6	20%
Total	30	100%

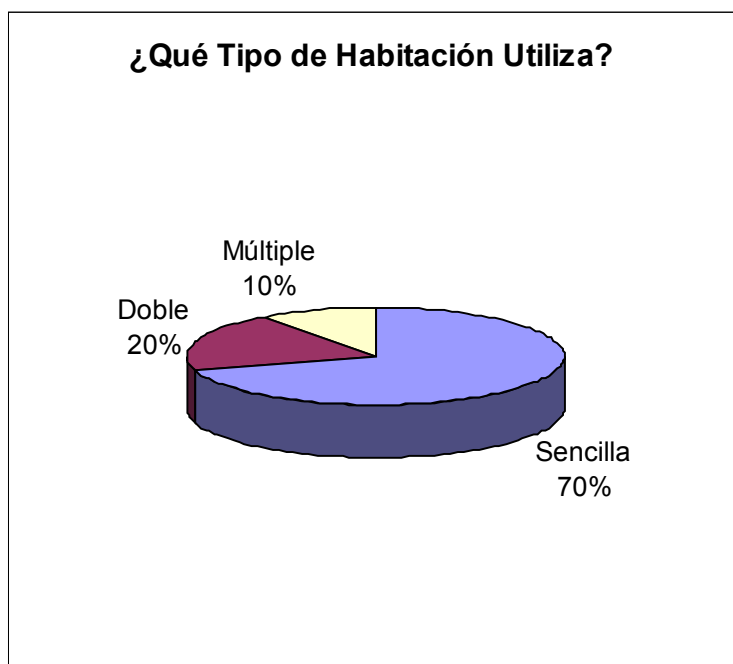


3. El tipo de habitación más utilizada o demandada

Según la actual gerente del hotel “Las peñas” y los resultados de la encuesta, las habitaciones con mayor demanda son las sencillas. De esta manera al consultar sobre qué tipo de habitaciones utilizaban generalmente cuando llegaban a un hotel, se conoció que gran parte (70%) optaban por las habitaciones sencillas, 20% elegían las habitaciones dobles y un 10% se inclinaba por las triples.

¿Qué tipo de habitación Utiliza?

Tipo de habitación	Frecuencia	Porcentaje
Sencilla	21	70%
Doble	6	20%
Múltiple	3	10%
Total	30	100%



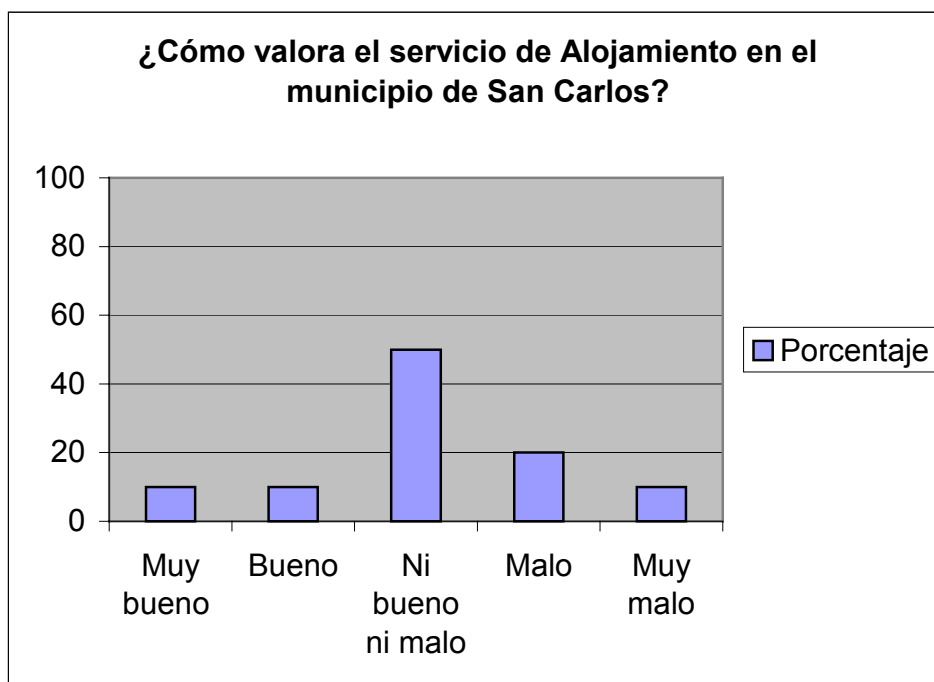
Los datos del gráfico anterior indican que cualquier proyecto debe considerar una oferta en mayor cantidad de habitaciones sencillas. En el caso particular del hotel “Las Peñas”, estos resultados y los datos facilitados por la gerente del hotel definen en gran parte el tipo de habitaciones que se ofertarán implementando el proyecto de reconstrucción.

4. Calificación del servicio de alojamiento del municipio

¿Cómo valora el servicio de Alojamiento que ofrece el municipio de San Carlos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	3	10%
Bueno	3	10%
Ni bueno ni malo	15	50%
Malo	6	20%
Muy malo	3	10%
Total	30	100%

Se requirió de igual forma de la valoración sobre el servicio de alojamiento que ofrece el municipio a lo cual un 50% respondió que no era ni bueno ni malo, en cambio un 30% señaló que el servicio estaba entre malo y muy malo y finalmente un 20% calificó el servicio entre bueno y muy bueno.



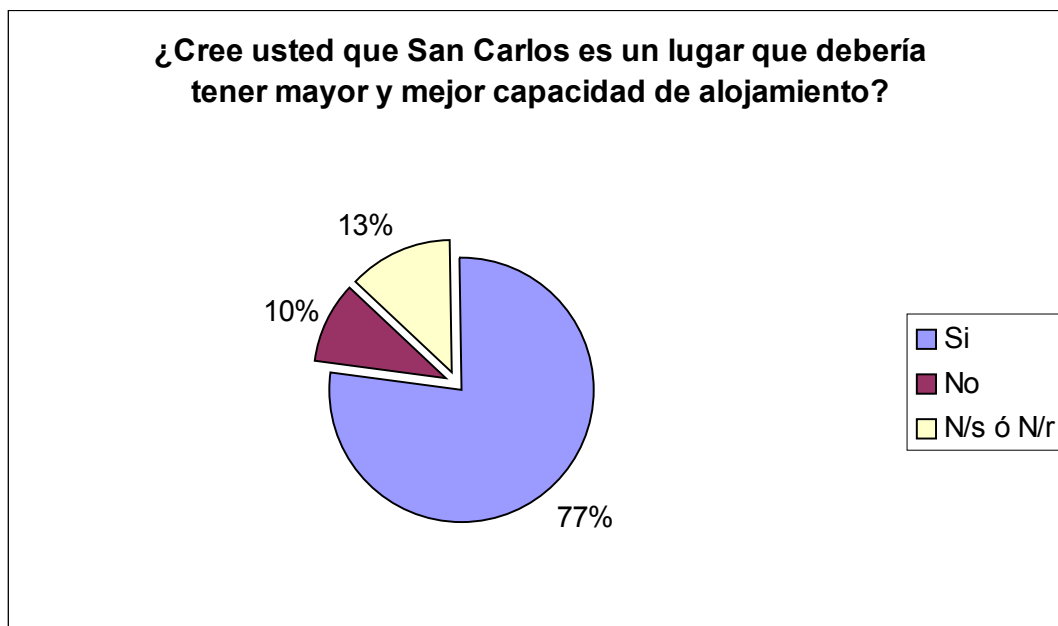
Se puede afirmar que el servicio de alojamiento no cumple con las expectativas de una gran proporción de los consultados. Esto muestra la necesidad de realizar mejoras y la oportunidad que existe para satisfacer cualitativamente la demanda existente.

5. ¿Cree Usted que el Municipio de San Carlos debería tener mayor y mejor capacidad de alojamiento?

A esta interrogante un 77% respondió positivamente, un 13% dijo no saber o no respondió y solamente un 10% contestó que San Carlos no debería de tener mayor y mejor capacidad de alojamiento.

¿Cree Usted que el municipio de San Carlos debería tener mayor y mejor capacidad de alojamiento?

Consideraciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	77%
No	3	10%
N/s ó N/r	4	13%
Total	30	100%



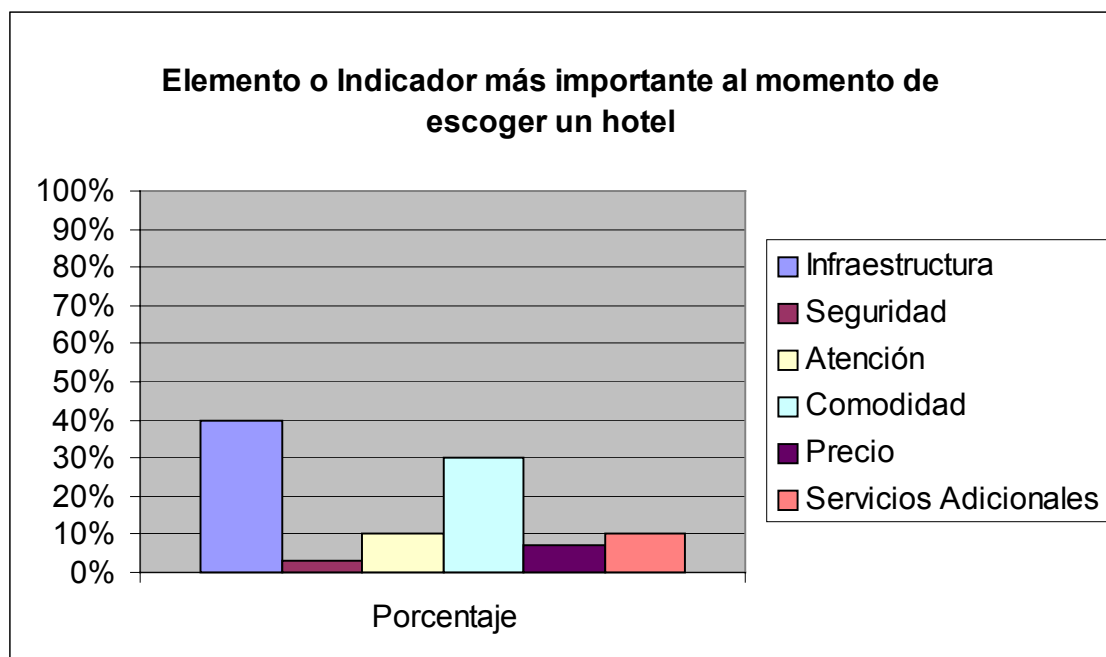
Los datos que se presentan en la tabla y el gráfico anterior son un indicador de cuántas personas desean que el servicio se mejore o de la proporción de consumidores que actualmente no están satisfechos con las diferentes propuestas de servicio. Las oportunidades de aceptación del proyecto por parte de los consumidores es bastante alta.

6. Elemento más importantes a la hora de escoger un hotel

Al preguntar sobre el elemento o indicador más importante que determina la selección de un hotel u otro para hospedarse, el 40% afirmó que el elemento que es más importante es la infraestructura, para el 30% la comodidad y en menor porcentaje se encontraba la atención, los servicios adicionales y el precio

Elemento o Indicador más importante a la hora de escoger un hotel

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Infraestructura	12	40%
Seguridad	1	3%
Atención	3	10%
Comodidad	9	30%
Precio	2	7%
Servicios Adicionales	3	10%
Total	30	100%

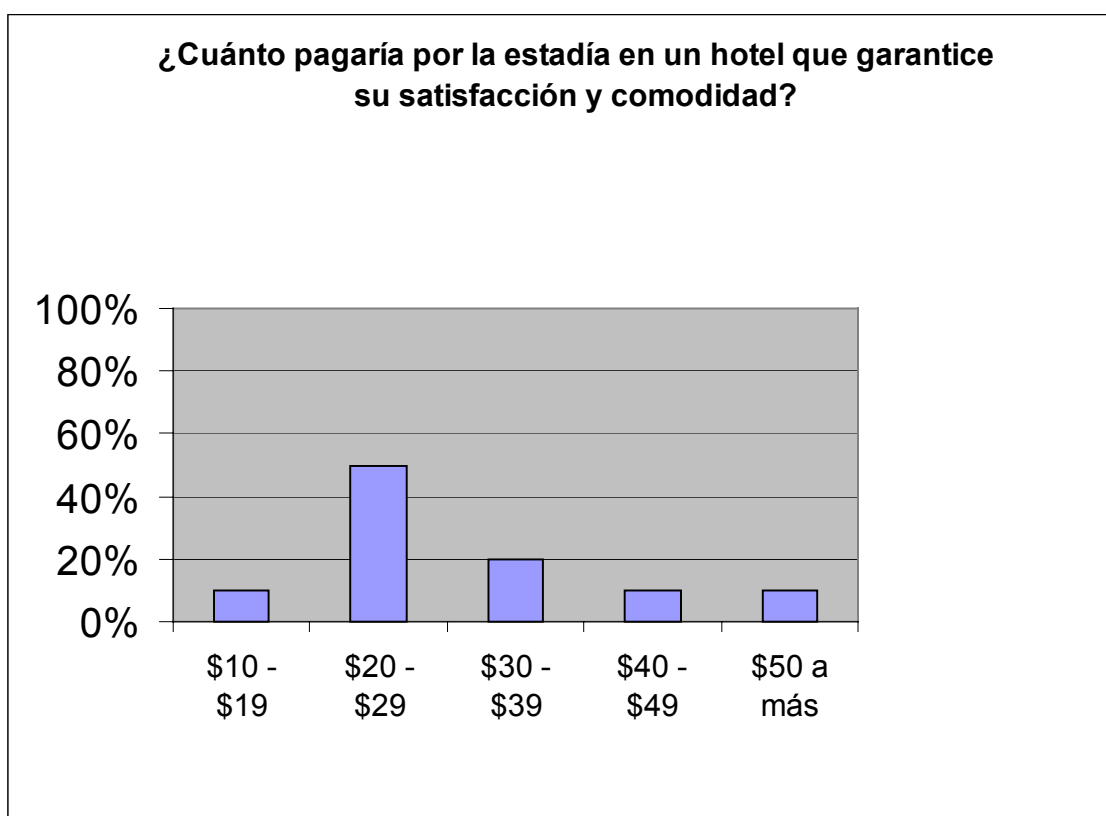


Sin duda alguna la infraestructura del hotel es el primer elemento que vende el servicio. A pesar de ello, los resultados de la pregunta 5 y la información obtenida en el INTUR y en artículos periodísticos, indican que la gran mayoría de los turistas consideran que la parte de infraestructura es una de las principales debilidades del turismo.

7. ¿Cuánto pagaría por la estadía en un hotel que garantice su satisfacción y comodidad?

¿Cuánto pagaría por la estadía en un hotel que garantice su satisfacción y comodidad?

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
\$10 - \$19	3	10%
\$20 - \$29	15	50%
\$30 - \$39	6	20%
\$40 - \$49	3	10%
\$50 a más	3	10%
Total	30	100%



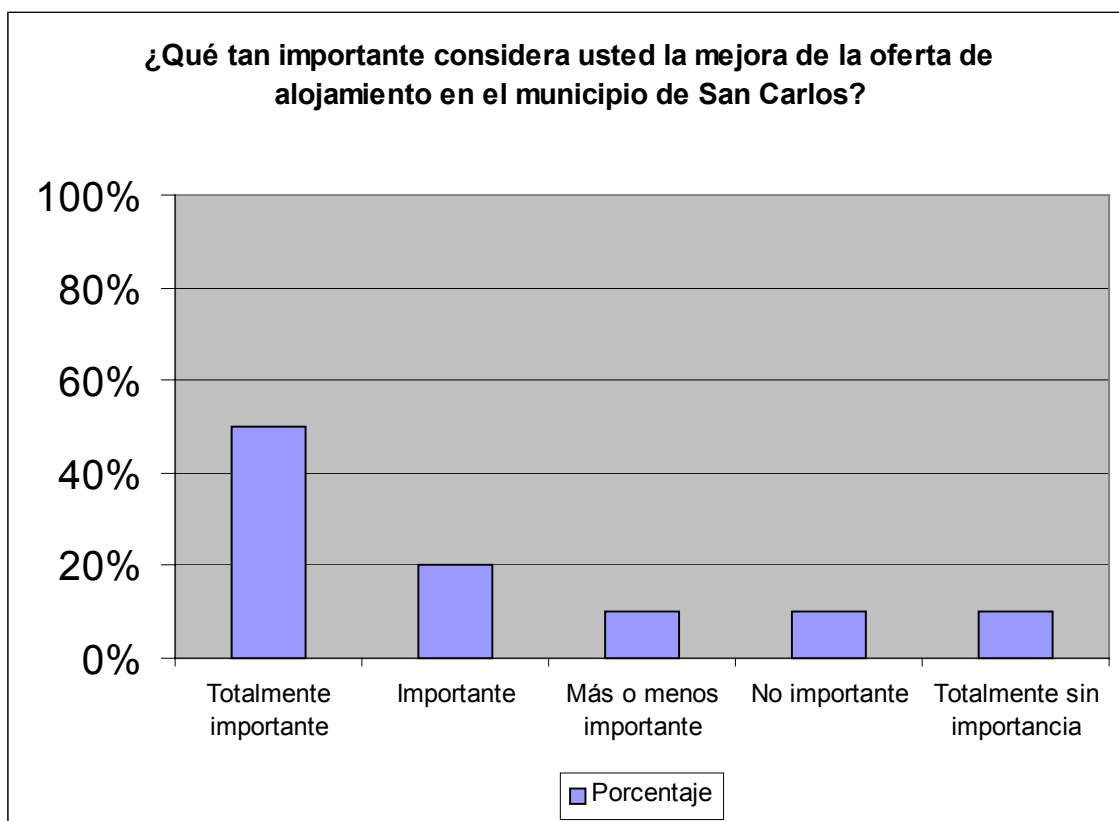
En relación a la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar por la estadía en un hotel que garantice su satisfacción y comodidad, el 50% respondió que pagaría entre 20 y 29 dólares, seguido del 20% que estaría dispuesto a pagar entre \$30 y \$39 y un 10% pagaría entre \$40 y \$50 respectivamente.

7. ¿Qué tan importante considera usted la mejora de la oferta de alojamiento en el municipio de San Carlos?

A la pregunta de qué tan importante se consideraba la mejora de la oferta de alojamiento en el municipio de San Carlos el 50% respondió que era totalmente importante, seguido de un 20% que lo consideraba importante, 10% afirmó que era más o menos importante y para un 20% no representaba importancia.

¿Qué tan importante considera usted la mejora de la oferta de alojamiento en el municipio de San Carlos?

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente importante	15	50%
Importante	6	20%
Más o menos importante	3	10%
No importante	3	10%
Totalmente sin importancia	3	10%
Total	30	100%



6.1.4 Características Del Servicio Con El Proyecto

Los datos proyectados a partir del comportamiento en los años anteriores, brindan la dimensión de la demanda potencial que tienen los servicios de alojamiento en el departamento de Río San Juan y particularmente del Municipio de San Carlos. El crecimiento constante y sostenido en el número de turistas que visitan el Municipio y las opiniones que estos tienen a cerca del servicio hotelero, obligan a que las empresas de alojamiento, llámense estas; Albergues, Hoteles turísticos y hoteles no turísticos; mejoren sus servicios. Con la visión de aprovechar las bondades del mercado se está planteando la reconstrucción del Hotel Las Peñas, la cual le permitirá ser un hotel de tipo turístico, clasificación que no posee actualmente por la ausencia de algunos elementos cualitativos y cuantitativos en la prestación del servicio.

Con la puesta en marcha del presente proyecto, la cantidad de habitaciones (11) se mantendrá. Esto se debe a la alta inversión que representaría ampliar en mayor número, pero la comodidad que se ofrecerá en cada una de ellas será totalmente diferente a la actual, ya que las habitaciones serán amplias y cómodas, equipadas con camas unipersonales y matrimoniales (según el caso), con baños individuales, mesa de noche, lámpara, pequeños *closet* y aire acondicionado.

El hotel aumentará su infraestructura en una planta más. Las habitaciones estarán distribuidas de la siguiente manera: siete de ellas en la segunda planta (todas sencillas) y cuatro en la tercera planta dos doble y dos múltiples. Éstas últimas tendrán una capacidad de 4 y 6 personas respectivamente, brindando alojamiento a un total de 21 personas operando a un 100% de capacidad. Además Contará con área de recepción, área para un *snack bar* y un baño general.

Con el proyecto el 64% de las habitaciones serán sencillas debido a que los datos de la encuesta indican que son las mayormente demandas. También porque la actual administración, tomando en cuenta el comportamiento histórico, así lo sugiere.

El hotel brindará servicio de alimentación, por medio del *snack bar*. Este ofrecerá la comida propia de su concepto, cócteles y además otros platos del lugar. El hotel contará con balcones en las dos plantas superiores en dos costados, lo que permitirá al turista tener una vista panorámica del lago Cocibolca.

Se le brindará al cliente buena atención, comodidad, seguridad y las mejores condiciones higiénicas y otras atenciones como servicio telefónico. Para cumplir con una óptima atención, se contará con personal capacitado dividido en personal de recepción, de *snack bar* y operacional.

La recepcionista y el personal de *snack bar* tendrán conocimientos de inglés, con un nivel académico aceptable y el servicio de limpieza con un mínimo nivel académico de secundaria.

Con respecto a la seguridad, la recepción del hotel contará con una caja de seguridad que le permitirá al cliente guardar sus pertenencias de valor mientras se encuentre fuera o dentro del hotel.

En general , la infraestructura será totalmente mejorada. La planta baja o número uno se reconstruirá con concreto de mampostería refinada y las siguientes dos plantas con madera preciosa de alta resistencia. Esto permitirá darle un perfil de regionalismo al hotel.

6.2 Análisis De La Oferta

6.2.1 Oferta Del Servicio De Alojamiento En El Departamento De Río San Juan

En el departamento de Río San Juan existen 26 empresas que ofrecen el servicio de alojamiento. De ellos trece (13) son hoteles, siete (7) alojamientos sencillos, tres (3) alojamientos turísticos y tres (3) hoteles de lujo, cuyos nombres son “Indio Lodge”, ubicado en San Juan del Norte, Don Pancho en San Carlos y El Montecristo situado en el municipio de El Castillo.

Tabla 6.7 Total de Hoteles en el departamento de Río San Juan

Tabla 07: Total de hoteles en el departamento de Rio San Juan				
Hoteles	Precio \$	Capacidad		Características
		Camas	Habitaciones	
San Miguel				
				Bc ; Bar, Restaurante, Guía Turístico,
Hotel Cocibolca	Hd: 15.00; Hs: 7.00	28	12	
Hospedaje Sandoval	Hd: 7.00; Hs: 2.50			
La Casa de la Mujer	Hd: 10.00			
San Carlos				
	Hd: 15.5; Hs 7.5	22	13	Bp (8); Bc (5); Desayuno
Cabinas Leyco	Hd: 2.5	18	11	Bc.
Hospedaje Peña	Hs: 2.5	25	15	Habitaciones de 1 a 5 camas
Hospedaje Madroño	Hs: 35	20	16	
Hotel Don Pancho	Hs: 7	13	13	
Carelhys	Hd: 7; Hs: 2	17	15	
El Costa Sur	Hd: 7; Hs: 2	17	14	
El San Carlos	Hd: 7; Hs: 2	14	12	
El Yure				
Solentiname				
	Hs: 18.00 Hd: 20	50	15	Jardines muy agradables y Piscina
Hotel Mancarrón	Hs: 15.00 Hd: 17	20	8	
El Refugio	Hs: 10.50			
La María				

Tabla 6.7 Total de Hoteles en el departamento de Río San Juan (Continuación)

Hoteles	Precio	Capacidad		Características
		Camas	Habitaciones	
Los Guatusos				
El As de Verde	Hs: 10.00			
Boca de Sábalos				
Hotel Central	Hs: 3.00			
(En Construcción)				
<u>El Castillo</u>				
Albergue, El Castillo	Hd: 15; Hs: 2.5	25	9	Bc -Ab Pensión Completa: \$ 40
Hotel Richardson	Hd: 20; Hs: 10	10	6	Bp - Ab
Hospedaje Manantial	Hs: 2 Hd: 7	13	7	
Hospedaje Aurora	Hs: 3 Hd: 7	25-30	20	
Montecristo	Hd: 40			Con todas las comodidades, caminos para pasear, posee piscina y jacuzzi
<u>Reserva Indio Maiz</u>				
Refugio Bartola	Hs: 15 Hd: 17	20	8	Pensión Completa
<u>San Juan del Norte</u>				
Melvin	Hs; 6			Agradable y muy bien situado
El Greytown				
El Paraíso Virgen	Hs: 9			
Indio Lodge	\$150 - \$120		32	Amplias habitaciones en medio del bosque con toda clase de comodidades

Fuente: Elaboración propia en base a información suministrada por INTUR.

Hd: habitación doble; Hs: habitación sencilla

Bp: baño privado; Bc: baño compartido.

Para los hoteles que no presentaron sus datos se estima que el número de habitaciones es igual al promedio del departamento el cuál está calculado en 7 habitaciones.

6.2.2 Alojamiento De Tipo Turístico En El Departamento De Río San Juan

Los alojamientos de tipo turístico son el Cabinas Leyco, El Refugio Bartola y El Hotel Richardson. Es importante señalar que en el municipio de San Carlos el único Hotel de esta clasificación es el Cabinas Leyco y constituye el principal competidor del proyecto.

Tabla 6.8 Alojamientos De Tipo Turístico En El Departamento De Río San Juan

Establecimiento	Actividad	Categoría	Dirección	Hab.	Camas	Tarifas
CABINAS LEYCO	Aloj/Turístico	1*	Policía 1 ½ c. al Oeste, San Carlos	13	22	\$7.5-15.5-20
REFUGIO BARTOLA	Aloj/Turístico	1*	El Castillo, Km. 6 río abajo	8	8	\$15-17
RICHARDSON	Aloj/Turístico	1*	El Castillo	6	10	\$10-20

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Intur.

6.2.3 Oferta De Alojamiento En El Municipio De San Carlos

Propiamente en San Carlos existen 8 hoteles. El hotel Don Pancho que es el hotel de lujo del municipio y presta su servicio de alojamiento a precios altos si se comparan con los de los demás hoteles. Hotel Cabinas Leyco, de tipo turístico, con baños compartidos y privados, habitaciones matrimoniales con aires acondicionados. De los restantes los principales son: El Madroño, El Costa Sur y El Peñas. La clasificación, la capacidad, precio y la ubicación física se encuentran descritas en la tabla 6.9.

Tabla 6.9 Oferta de alojamiento en el Municipio de San Carlos

Hoteles	Categ.	Precio \$	Capacidad		Características
			Camas	Habitaciones	
San Carlos					
Cabinas Leyco	1*	Hd:15.5; Hs: 7.5	22	13	Bp (8); Bc (5); Desayuno
Hospedaje Peña		Hd: 2.5; Hs: 1.67	18	11	Bc.
Hospedaje Madroño		Hs: 2.5 Hd: 7	25	15	Habitaciones de 1 a 5 camas
Don Pancho	Lujo	Hs: 35	20	16	Hotel de Lujo
Carelhys		Hs: 7	13	13	
El Costa Sur		Hd: 7; Hs: 2	17	15	
El San Carlos		Hd: 7; Hs: 2	17	14	Desayuno, almuerzo y cena.
El Yure		Hd: 7; Hs: 2	14	12	
Total			146	109	

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por el INTUR.

Hd: Habitación doble; **Bp:** Baño privado; **Hs:** Habitación sencilla; **Bc:** Baño compartido

La oferta de alojamiento del municipio de San Carlos está compuesta por 109 habitaciones y 146 camas. El hotel de tipo turístico (Cabinas Leycos) y el de lujo (Don Pancho), que pueden estar entre las opciones de alojamiento de los turistas, representan el 26.6% (29) de las habitaciones y el 27% (42) de las camas.

6.2.4 Estrategias De Competencia

Aunque el servicio de alojamiento en el departamento de Río San Juan y en el municipio de San Carlos es competido, parece ser no competitivo, ya que son 2 o 3 hoteles los que prestan todas las condiciones. Este tipo de hoteles ha basado su éxito en el servicio de calidad que prestan dándole mucha importancia a la comodidad a través de la buena infraestructura y la higiene. Además, se han diferenciado bastante a través de la política de precios altos que adoptaron.

6.2.5 Comportamiento histórico de la oferta en el municipio

El comportamiento de la oferta del número de habitaciones de tipo turístico no varía. Se puede considerar como estático. Los hoteles que brindan alojamiento de tipo turístico son los mismos de siempre. La oferta no se amplía principalmente por el factor inversión y por la exigencia que representa atender este segmento de mercado. Las tres empresas que ofrecen alojamiento turístico han tenido éxito desde su inicio, por la poca oferta en esta clasificación y la creciente llegada de turistas tanto nacionales como extranjeros, los cuales se convierten en clientes potenciales del mismo.

6.2.6 Precios Del Servicio De Alojamiento Del Departamento De Río San Juan

Existe una marcada diferencia entre los precios de los lugares que ofrecen servicios hoteleros de carácter turísticos y los otros que son calificados como alojamientos no turísticos. Por ejemplo, el precio promedio del hotel Richardson, considerado como un alojamiento de tipo turístico es de \$10 a \$20 dólares. Mientras que el hotel Manantial y el Aurora ubicados en el mismo municipio de El Castillo y considerados de tipo no turístico, ofrecen sus servicios a un precio promedio de \$2.75 dólares.

De igual manera ocurre en el municipio de San Carlos en donde el precio de las habitaciones del único hotel turístico (Cabinas Leyco) va desde los siete (\$7.50) hasta 20 dólares por noche. En cambio en los siguientes siete hoteles, clasificados como no turísticos, la habitación por noche tiene un precio que oscila entre los dos y los siete dólares. A excepción del hotel Don Pancho en donde la habitación tiene un precio de treinta y cinco dólares, pero que a criterio del Instituto de Turismo es un precio sumamente exagerado con respecto a lo que ofrece.

De los alojamientos u hoteles clasificados como no turísticos los que presentan los precios más altos son el hotel Don Pancho (\$35) de San Carlos, El hotel Montecristi (\$40) ubicado en la Isla Solentiname y el Hotel Indio Lodge (\$150) situado en San Juan del Norte. Es importante señalar que el precio de este último es un poco más alto debido a que incluye alimentación completa.

Los alojamientos no turísticos que presentan los precios más bajos son: El Madroño, El Peñas, El Melvin, Paraíso Virgen, El As de Verde, El San Carlos, El Manantial y El Aurora. Sus precios oscilan entre 2 y 10 dólares la noche por habitación.

Vale la pena mencionar que en el departamento de Río San Juan, existen tres hoteles considerados de lujo, estos son El Indio Lodge, cuyas habitaciones tienen un precio de \$150 dólares para turistas extranjeros y \$120 para nacionales; el otro hotel de lujo está ubicado en la Isla Solentiname y su nombre es Montecrito, el valor de una habitación doble es de \$40 la noche y un tercero es El Hotel Don Pancho situado en San Carlos y cuyos precios andan por los 35 dólares.

Tabla 6.10 Precios en Hoteles y Hospedajes

Municipios y Nombres	Habitación Sencilla	Habitación Doble	Habitación Triple	Habitación Matrimonial
A. San Carlos				
1. Hotel Cabinas Leyco	\$7.50	\$15.50	\$17.50	\$20.00
2. Hospedaje Carelhys	\$7.00	---	---	---
3. Hospedaje Peña	\$1.67	\$2.50		\$3.45
4. Hotel El Madroño	\$2.50	\$7.00		
5. Hotel Don Pancho	\$35.00			
6. Hospedaje Costa Sur	\$2.00	\$7.00		
7. Hospedaje San Carlos	\$2.00	\$7.00		
8. Hospedaje Yure	\$2.00	\$7.00		
Solentiname				
1. Hotel Mancarrón	\$18.00	\$20		
2. Alojamiento El Refugio	\$15.00	\$17.00		
3. Hotel La María	\$10.50	---		
San Miguelito				
1. Hotel Cocibolca	\$7.00	\$15.00		
2. Hospedaje Sandoval	\$2.50	\$7.00		
3. Aloj. Casa de la mujer	---	\$10.00		

Tabla 6.10 Precios En Hoteles Y Hospedajes (Continuación)

Municipios y Nombres	Habitación Sencilla	Habitación Doble	Habitación Triple	Habitación Matrimonial
C. El Castillo				
1. Hotel Alberque	\$2.50	\$15.00		
2. Hotel Richardson	\$10.00	\$20.00		
3. Hospedaje Manantial	\$2.00	\$7.00		
4. Hospedaje Aurora	\$3.00	\$7.00		
5. Hotel Montecristo		\$40.00		
La Reserva Indio Maiz				
1. Alojamiento Turístico	\$15.00	\$17.00		
Boca de Sábalos				
1. Hotel Central	\$3.00			
San Juan del Norte				
1. Hotel Indio Lodge	\$150-120			
2. Aloj. El Paraíso Virgen	\$9.00			
3. Aloj. El Greytown	\$4.00			
4. Alojamiento Melvin	\$6.00			

Fuente: INTUR, Delegación de Río San Juan

6.2.7 Producto Sustituto Al Servicio De Alojamiento De Tipo Turístico

Los hospedajes, las casas de albergue y las pensiones; conforman el producto o servicio sustituto de los hoteles. Sin embargo las condiciones que ofrecen no son las más óptimas. En primer término estos establecimientos carecen de condiciones elementales, tal es el caso de su infraestructura, podría decirse que las actuales lucen descuidadas y en deterioro sin que se haga absolutamente nada al respecto, otro factor que es de mucha importancia y que de igual forma es obviado es la calidad en el servicio, la mayoría de las veces los turistas y clientes en general se muestran insatisfechos con la manera en que son atendidos, llevándose una mala imagen del lugar.

6.2.8 Características Del Actual Servicio Que Ofrece El Hotel Las Peñas

EL Hotel las peñas fue fundado durante los últimos años de la década del setenta. A partir de 1984 inició operaciones en su actual ubicación que cita del parque central dos cuerdas al sur. Desde este mismo momento el Hotel ha sido administrado por la Alcaldía Municipal de San Carlos a través de una Gerente General.

El Hotel es de dos plantas y tiene una extensión de 16 mts. de largo por 8 mts. de ancho. La planta baja es de material prefabricado y la planta alta es de madera corriente y plywood con techo de zinc.

La capacidad de alojamiento es de 11 habitaciones, entre las cuales existen cinco (5) sencillas, tres (3) dobles, dos (2) matrimoniales y una (1) múltiple, la cual tiene una capacidad mínima de tres (3) personas cada una y un máximo de cinco (5). La capacidad total es de veinte (20) a veintidós (22) personas, operando a un 100% de ocupación. Cada habitación está equipada con una cama de madera y dos colchones de esponjas. No poseen mesas de noche, sillas y baños individuales.

El precio de habitación por noche es de aproximadamente C\$ 30 (treinta córdobas), lo cual estará en dependencia de algunas comodidades adicionales que ofrece el hotel, como es el uso de abanicos. No ofrece ningún tipo de servicios adicionales tales como bar, restaurante y telefonía. El recurso humano del Hotel está compuesto por un Gerente General que al mismo tiempo funciona como recepcionista, la encargada de limpieza y la que se ocupa del servicio de lavandería; es decir tres (3) personas en total.

6.2.9 Forma De Fijación De Precio

Para la fijación de precio se consideró inicialmente los precios de la competencia (precio de mercado es de \$27.50, estimado de dos hoteles mas caros). Se evaluará la ventaja diferencial del proyecto con respecto a los competidores tales como Hotel cabina Leyco y Don Pancho (ambos ubicados en San Carlos)). Este último se tomará como referencia, ya que es uno de los que ofrece mejores comodidades al consumidor.

También se está considerando la ventaja diferencial que ofrecerá el hotel Turístico Las Peñas con respecto a la competencia de igual manera deben evaluar los costos para establecer un precio mínimo al cual se puede ofertar el servicio que producirá el proyecto. El precio estimado para el servicio es 34 dólares el cual incluye la cobertura total de los costos, servicios y el margen de utilidad que se estima para la venta del servicio del proyecto

Por las características y situación en que se presenta la oportunidad de realizar este proyecto es pertinente aplicar una estrategia de precios diferenciada, ya que la tarea será posicionarnos como un hotel que ofrece servicios de calidad a un precio justificable. El precio de venta ha sido estimado con los costos de ventas proyectados para el primer año:

Costo de venta (67.35%) \$22.89
Margen de utilidad (32.65%) \$11.10
Precio de venta \$34

Este precio fue calculado según las estimaciones de la estructura de costos y el margen de utilidad actual del Hotel Las Peñas.

Por tal razón el precio del nuevo servicio que ofrecerá el Hotel Las Peñas será de \$34, el cual es bastante moderado si consideramos los servicios de calidad que ofrecerá el hotel mismos que no son ofrecidos por ninguno de los hoteles existentes en el municipio, tales como baños individuales dentro de las habitaciones, aire acondicionado en las mismas, servicio de Snack Bar, entre otros.

6.2.10 Principal Competidor Del Proyecto

El servicio de alojamiento con características similares al del proyecto lo ofrece el hotel Cabinas Leycos. Por tanto se considera como el competidor más inmediato. Este hotel ya está clasificado como turístico, misma clasificación que alcanzará el hotel Las Peñas con la implementación del proyecto.

El Cabinas Leycos ofrece habitaciones dobles con baño privado a un precio de US\$15.50, baño compartido a US\$ 9.00 y habitaciones sencillas, baño compartido a US\$7.50 la noche. Además ofrece habitaciones matrimoniales y habitaciones con aire acondicionado. Proveen a sus clientes con informaciones turísticas y facilitan el alquiler de lanchas expresas.

El hotel cabinas Leycos ubicado del Parque Central 2c al oeste, se considera como el hotel de mayor calidad y el de los precios más altos dentro del municipio.

6.2.11 Determinación De La Demanda Del Proyecto

Aunque el Municipio de San Carlos cuenta con una variada oferta de alojamiento, es posible determinar la existencia de un déficit en la misma. Si se toman como referencia los datos de la tabla No.6.9 de la proyección hasta el 2005, se obtiene que el departamento de Río San Juan será visitado por 27,410 personas (visitantes extranjeros) en este año 2003. El comportamiento histórico indica que del total de visitantes extranjeros el 82.4% son turistas, lo cual equivale a 22,586 personas. De 27,410 visitantes extranjeros, según los datos del INTUR, el 86% se proyecta que visitará el municipio de San Carlos este año; es decir 23,572 personas. De estos 19,423 son turistas. El municipio será visitado, aproximadamente por 53 turistas al día.

Al considerar que los 53 turistas se alojarán en San Carlos, se obtiene el déficit de la oferta. En el municipio, existe una capacidad de alojamiento de tipo turístico (sumando la capacidad del Cabinas Leycos-único alojamiento turístico del municipio- y el Don Pancho hotel de lujo) de 29 habitaciones, equivalentes a 42 camas o capacidad para el mismo número de personas.

Es fácil observar que 11 personas de las 53 que se estiman que demanden alojamiento de tipo turístico, no tendrían acceso a este servicio. Es decir; existe un déficit en la oferta de al menos un 21%.

Este 21% de la demanda insatisfecha se convierte en la demanda potencial del proyecto, la que resulta lo suficientemente atractiva por cuanto está en constante crecimiento. También porque la oferta de alojamiento en el municipio se mantiene estática, ya que la mayoría de empresas prestadoras de este servicio no invierten en el mejoramiento del mismo.

6.3 Análisis De La Comercialización

6.3.1 Canales De Comercialización

Uno de los canales que se utilizará para la venta de servicios serán las agencias de viajes que incluyen a San Carlos como destino turístico y que preparan paquetes que contienen el servicio de alojamiento. Las posibles alianzas se pueden establecer en base al compartimiento de los costos de la publicidad o a la creación de estrategias de promoción de manera conjunta.

Las agencias o tour operadoras con las que se puede llegar a un acuerdo de comercialización son:

1. Careli Tours
2. Continental tours
3. Nicarao Lake Resort
4. Solentiname tours
5. Montecristo Aventuras

6.3.2 Estrategias de comunicación

La publicidad del hotel en su etapa inicial se basará en la distribución de materiales gráficos (brochures, trifoliales) a través de los canales antes mencionados. También se invertirá en anuncios de prensa en la parte inicial de operación del proyecto y en las temporadas altas, es decir, los meses de febrero y marzo. Para ello se estima invertir un 6% de los ingresos generados por venta de servicio.

Además, para incentivar el consumo en otros segmentos como estudiantes, se harán propuestas de paquetes de alojamiento a las escuelas de turismo que constantemente viajan como parte de sus actividades académicas.

El hecho de alcanzar una mejor categoría con el proyecto le permitirá al Hotel Las Peñas, gozar de publicidad sin costo alguno por cuanto formaría parte de la oferta de alojamiento que promueve el INTUR en sus publicaciones (revistas, página web, etc.).

6.4 Estudio Técnico Del Proyecto

Este estudio tiene como finalidad brindar detalles en cuanto a la micro y macro localización del proyecto, principales atractivos del lugar, ingeniería del proyecto, balance de equipos, costo de recurso humano y obras físicas, determinación del proceso de producción y la distribución de la planta física del hotel.

6.4.1 Localización: Factores

El proyecto estará ubicado en el Municipio de San Carlos, es decir, en la ubicación actual. No se estimó ningún cambio en la localización debido a que el mercado potencial visita San Carlos y el lugar ofrece los factores para el desarrollo del proyecto.

San Carlos es una pequeña ciudad construida en una lomita junto al río que cuenta con un enorme potencial turístico tanto por su ubicación clave a la entrada del San Juan como por sus posibilidades urbanas, trazado de calles tortuosas y miradores.

6.4.1.1 Atractivos del Lugar

La jurisdicción municipal comprende el archipiélago de Solentiname, tres de sus islas cuentan con cadenas montañosas de alguna consideración, la mayoría de las islas son pequeñas y planas. En la parte oriental del territorio se observan las estribaciones selváticas de la cordillera de Yolaina.

El municipio de San Carlos está dividido en 69 comarcas siendo los más conocidos e importantes: San Carlos, Los Chiles, Papaturro, La Venada y Solentiname.

Entre los sitios históricos con los que cuenta el municipio se puede destacar la fortaleza de San Carlos, construida por los españoles en 1,666, además del archipiélago de Solentiname donde se han encontrado piezas arqueológicas al igual que en diferentes sitios del territorio.

El clima del municipio está catalogado como monzónico tropical, con una temperatura promedio de entre los 25° y 26° C., la precipitación anual varía entre los 2,000 y 2,400 mm. La zona tropical lluviosa sin período seco corto cubre las cuencas de los ríos Sábalos, Tule y Camastro y los alrededores de San Carlos, el período seco dura de 1 a 4 meses.

6.4.1.2 Ubicación Y Límites

El municipio cuenta con una extensión territorial de 1,462 Kms. cuadrados, está ubicado a 300 Kms. de la ciudad de Managua y entre las coordenadas de 11°07' latitud norte y 86°46' longitud oeste.

San Carlos limita al norte con el municipio de San Miguelito y Nueva Guinea (R.A.A.S.), al sur se encuentra el límite internacional de la República de Costa Rica, al este limita con el municipio El Castillo y al Oeste con el lago de Nicaragua (Cocibolca) y el municipio de Cárdenas (departamento de Rivas).

6.4.1.3 Servicios Básicos

Otro de los factores que permitió no considerar cambios en la ubicación, lo constituyen la existencia de los servicios básicos en el área urbana del municipio. La situación de cada uno de ellos se detalla a continuación.

Salud

Los centros están dotados de 59 camas; las comunidades cuentan con 73 casas bases para brindarle atención a la mujer y 118 brigadistas de salud. El personal de salud está compuesto por: 15 médicos, 3 odontólogos, 9 enfermeras, 65 auxiliares, 2 técnicos higienistas y 62 trabajadores de administración. La existencia de este servicio garantiza en alguna medida la asistencia médica para los visitantes en caso de enfermedad.

Agua Potable

San Carlos de igual manera cuenta con el servicio público de agua potable, el que es administrado por ENACAL. Existen 1,300 conexiones domiciliarias, equivalentes al 21.1% de las viviendas del municipio, aproximadamente. El hotel “Las peñas” ya forma parte de las conexiones, lo cual evitará gastos de conexión para el proyecto.

Comunicación

Otro aspecto muy importante es que el municipio cuenta con el servicio de teléfonos y correos, cuya administración está a cargo de la Empresa Nicaragüense de Telecomunicaciones (ENITEL) y Correos de Nicaragua, respectivamente. Existen 267 conexiones domiciliarias, equivalentes al 6% de las viviendas del municipio. Desde su inicio el Hotel Las peñas ha contado con este servicio, esto permitirá que con facilidad se obtengan nuevas líneas telefónicas en caso de ameritarse en la reconstrucción del mismo.

Energía Eléctrica

El municipio de San Carlos también posee el servicio de energía eléctrica, bajo la administración Empresa Unión FENOSA. Existen 1,700 conexiones domiciliarias, lo que representa el 31% de las viviendas del municipio. Entre los actuales usuarios de este servicio se encuentra el hotel “Las Peñas”. Ello reducirá costos para el proyecto por cuanto no involucrará gastos adicionales por instalación o por derecho de servicio.

Transporte y Vías de Comunicación

Para llegar a San Carlos se puede hacer uso del servicio de transporte colectivo, el cual existe en las siguientes clasificaciones: terrestre, acuático y aéreo.

El transporte terrestre local lo conforman unidades de buses que operan las rutas San Carlos-Managua y San Carlos-Granada. En San Carlos existe una pista de aterrizaje para facilitar el servicio aéreo, el cual es proporcionado por la empresa La Costeña.

La principal vía de comunicación al municipio la constituye la carretera Acoyapa (Chontales) – San Miguelito – Las Azucenas, revestida de macadán.

El sistema vial del municipio tiene una longitud de 9,900 mts., el 16.97% está revestido con adoquín, el 43.54% con macadán y el 39.43% se encuentra sin revestimiento. La red vial urbana está adoquinada en un 35%.

6.4.2 Tamaño Del Proyecto Y Factores Condicionantes

Los factores condicionantes del tamaño del proyecto son: la capacidad financiera del inversionista y la demanda.

La alcaldía de San Carlos es el propietario del proyecto y no cuenta con los recursos financieros necesarios para implementarlo. La alcaldía dispone únicamente de un 20%. Por tanto, la institución edilicia tendrá que solicitar un financiamiento por un monto aproximado al 80% de la inversión total del proyecto.

Aunque se está en presencia de un mercado creciente se ha estimado mantener la misma cantidad de habitaciones con la salvedad de que éstas serán más amplias y se crearán otras áreas que no existen actualmente tales como *Snack Bar*, recepción, administración, bodega, lavandería, sala de estar y área de transporte de insumos.

La proyección de la demanda total del servicio de alojamiento en el municipio, para este año es de 19,423 turistas. Los dos hoteles según INTUR, que cumplen con las características para atender este segmento-incluido el hotel Don Pancho que es un hotel de lujo y no turístico- cubren aproximadamente el 79% de la demanda total. El 21% (11 turistas) restante representa el déficit existente. Con la implementación del proyecto y operando a un 52% de ocupación, el hotel “Las Peñas” cubrirá la demanda insatisfecha.

Para cubrir el déficit de la oferta del 21% el hotel dispondrá de 11 habitaciones de las cuales dos son múltiples, dos dobles y siete sencillas. Con estas no solamente se cubrirá la demanda insatisfecha sino que se crea la infraestructura adicional para hacerle frente al crecimiento de la demanda futura. Las habitaciones estarán distribuidas en tres plantas. La planta baja estará constituida por la recepción/ caja, Administración y contabilidad, *snack bar*, bodega, lavandería, sala de estar, área de escalera y ducto por donde se transportarán los materiales necesarios para las habitaciones; en la segunda planta estarán ubicadas siete habitaciones sencillas con baños individuales y en la tercer planta se ubicarán cuatro habitaciones más de las cuales dos serán dobles y dos múltiples. Es importante señalar que la segunda y tercer planta contarán con balcones, proporcionando éstos una hermosa vista al lago.

6.4.3 Ingeniería Del Proyecto

6.4.3.1 Disponibilidad y Costo de Mobiliarios y Equipos

Los balances que se presentan a continuación contienen los datos de costos que generará el proyecto de reconstrucción del hotel “Las Peñas”. El balance de mobiliario y equipos que se incluyen en los cálculos, son los indispensables para prestar el servicio bajo las cualidades o características de un hotel de tipo turístico.

Tabla 6.11 Balance De Mobiliario Y Equipos de *Snack Bar*

Mobiliario	Cantidad	Costo unitario \$	Costo total \$	Vida útil (años)	Valor de desecho \$ (a)
Camas	12	208.33	2,500.00	2	100.00
Sillas para cuarto	13	16.15	210.00	3	90.00
Sillas rústicas	8	43.75	350.00	2	50.00
Cortinas	7	300.00	2,100.00	3	168.00
Cómodas	7	150.00	1,050.00	5	73.00
Mesa de noche	6	50.00	300.00	5	30.00
Equipo de limpieza	-	-	300.00	Mensual	0
Ropa de cama	21 juegos	28.57	600.00	1	0.00
Lámparas	13	15.00	105.00	3	10.00
Adornos y Decorac.	-	-	1,000.00	3	100.00
Cocina	1	500.00	500.00	5	150.00
Refrigeradora	2	500.00	1,000.00	5	300.00

**Tabla 6.11 Balance De Mobiliaria Y Equipos De Snack Bar
(Continuación)**

Mobiliario	Cantidad	Costo	Costo		
		Unitario \$			
Utensilios Snack B.	-	-	2,000.00	2	200.00
Materiales de oficina	-	-	300.00	Mensual	0
Escritorio	1	400.00	400.00	3	50.00
Muebles para computadora	1	150.00	1500.00	3	35.00
Sillas para ADM	3	50.00	150.00	3	20.00
Archivadora	1	200	200	3	70.00
Papelera	2	3.60	7.20	-	-
Cafetera	1	28	28	1	-
Total			13,340.20		1,456.00

Tabla 6.12 Balance de equipos

Equipos	Cantidad	Costo unitario \$	Costo total \$	Vida útil (año)	Valor de desecho \$
Aires acondicionados	7	500.00	3,500.00	5	700.00
Televisores	2	400.00	800.00	5	100.00
Computadora	1	1,500.00	1,500.00	1	300.00
Fax	1	250.00	250.00	5	50.00
Teléfono	11	54.54	600.00	5	50.00
Lavadora	1	700.00	700.00	5	70.00
Planta eléctrica	1	5,000.00	5,000.00	5	450.00
Sistema de almacenaje de agua	1	1,000.00	1,000.00	5	200.00
Satélite Direc TV	1	250.00	250.00	5	100.00
Total			13,600.00		2,020.00

El total de la inversión inicial en mobiliario y equipo es de \$26,940.20. La última columna en ambas tablas, representa el valor de desecho de cada ítem una vez finalizada su vida útil. Esto significa que el proyecto contempla un programa de reposición de los mobiliarios y equipos lo que contribuirá a brindar un servicio de calidad.

Estos precios no incluyen IGV, ya que de acuerdo a la Ley Número 306, de Incentivos para Industria Turística de La República de Nicaragua, en su artículo 5.1 señala beneficios e incentivos a las empresas que brinden Servicios de Industria Hotelera, que inviertan en la construcción, remodelación, ampliación, equipamiento, rehabilitación y desarrollo de Hoteles, Moteles y de otras instalaciones similares como Condo-hoteles, Apartahoteles, etcétera, según el Reglamento de Hospedería del INTUR con un mínimo de quince (15) habitaciones, y cuya inversión mínima, por proyecto e incluyendo el valor del terreno, sea en dólares o su equivalente en moneda nacional:

Ciento cincuenta mil dólares (\$150,000.00) o su equivalente en moneda nacional, en el resto de la República.

Quinientos mil dólares (\$500,000.00) o su equivalente en moneda nacional, en el área urbana de Managua.

Se refiere de igual forma a los Hoteles y Hospederías Mínimas ya establecidos, que realicen una inversión del 35% del valor del mismo que se encuentren prestando servicios y que tenga autorización y sello de calidad de INTUR, también serán beneficiados con los incentivos que otorga esta Ley tales como:

Exoneración de derechos e impuestos de importación y del Impuesto General al Valor (IGV) en la compra local de los materiales de construcción y de accesorios fijos de la edificación. Los materiales y accesorios a exonerar se deben utilizar en la construcción y equipamiento de los servicios de hostelería y se otorgará dicha exoneración, si estos artículos no se reproducen en el país o no se producen en cantidad o calidad suficiente.

De igual manera se otorgará exoneración de derechos e impuestos de importación y/o del Impuesto General al Valor (IGV) en la compra de enseres, muebles, equipos, naves, vehículos automotores de doce (12) pasajeros o más, de carga, que sean declarados por el INTUR necesarios para establecer y operar la actividad turística, y en la compra de equipos que contribuyan al ahorro de agua y energía, y de aquellos necesarios para la seguridad del proyecto, por el término de diez (10) años contados a partir de la fecha en que el INTUR declare que dicha empresa ha entrado en operación.

También se establece la exoneración del Impuesto Sobre Bienes Inmuebles (I.B.I) por el término de diez (10) años contados a partir de la fecha en que INTUR declare que la actividad turística ha entrado en operación. Esta exoneración cubrirá únicamente los bienes inmuebles propiedad de la empresa, utilizados exclusivamente en la actividad turística.

De la misma forma se otorga exoneración del Impuesto General al Valor (I.G.V.) aplicables a los servicios de diseño / ingeniería y construcción.

Exoneración parcial del ochenta por ciento (80%) del Impuesto Sobre la Renta, en términos de diez (10) años, contados a partir de la fecha en que INTUR declare que dicha empresa ha entrado en operación. Si el proyecto está situado en una Zona Especial de Planeamiento y Desarrollo Turístico, la exoneración será del noventa por ciento (90%). Si el proyecto cualifica y está aprobado además bajo el programa de Paradores, la exoneración será del cien por ciento (100%). La empresa tendrá la opción de diferir anualmente y hasta por un período de tres (3) años la aplicación e iniciación del período de exoneración de diez (10) años sobre dicho impuesto.

Dentro del período concedido para las exoneraciones, si la empresa decide hacer una ampliación y/o renovación sustancial del proyecto el período de exoneración se extenderá por otros diez (10) años, que se contarán a partir de la fecha en que INTUR declare que la empresa ha completado dicha inversión y ampliación. En este caso, el proyecto de ampliación se someterá como si fuera un nuevo proyecto, y la inversión mínima deberá ser superior al treinta y cinco por ciento (35%) de la inversión aprobada y realizada inicialmente. La extensión de exoneración de los impuestos se aplicará entonces, por un nuevo período de diez (10) años, al total de la actividad turística de la empresa en el proyecto.

Para estas empresas que invierten en instalaciones turísticas que cumplan con los criterios y normas especiales dictados bajo el programa auspiciado por el INTUR para fomentar e impulsar la creación de una red nacional de “Paradores de Nicaragua”, se les otorgarán gratuitamente incentivos específicos de promoción y mercadeo elaborados por el Instituto en la forma de publicidad y divulgación en ferias nacionales e internacionales, impresos, panfletos y mapas, conexión a un eficiente sistema de reservaciones, promoción en el Internet, etcétera.

6.4.4 Costo del Recurso Humano

Tabla 6.13 Balance De Personal

Volumen de producción			
Cargo	Número de puestos	Remuneración mensual	
		Unitario \$	Total \$
Gerente/ Administrador	1	400.00	400.00
Cocinera	1	120.00	120.00
Dependiente	1	85.00	85.00
Recepcionista	1	100.00	100.00
Botón	1	50.00	50.00
Vigilante	2	80.00	160.00
Afanadoras/ Camareras	2	80.00	160.00
Total	9		1,075.00

El recurso humano que se empleará con el proyecto se presenta en el balance anterior. Con respecto a la situación actual crecerá en 6 el número de empleados del hotel. Las primeras dos columnas indican los cargos y el número de puestos que se requerirán para el proyecto. Las remuneraciones del personal serán mensuales y ascenderán a un monto de \$ 1075.00.

6.4.4.1 Disponibilidad y Costo de Insumos y Suministros

Los insumos requeridos para la puesta en marcha del proyecto son: servicio de agua potable y alcantarillado, energía eléctrica, teléfono, gas y televisión satelital. Los costos de insumos fueron calculados en relación al costo actual y el incremento que se presentará en el consumo de algunos servicios como la energía eléctrica, a causa del uso de equipos como aires acondicionados. Los egresos mensuales en insumos serán de \$ 818.20.

Tabla 6.14 Balance De Insumos Generales

Volumen de producción				
Insumos	Unidad de medida	Cantidad	Costo mensual	
			Unitario \$	Total \$
Agua potable	M³	575.00	0.30	172.50
Energía Eléctrica	Kw. H	2,875.00	0.15	431.25
Teléfono	Impulso	15,682.00	0.1434	125.45
Gas	Libras	100.00	0.51	51.00
T.V. Satelital	-	-	32.00	32.00
Total				812.20

6.4.4.2 Costo de las obras físicas

El edificio del hotel “Las Peñas”, actualmente, está compuesto por dos plantas. Los materiales con que está construido son de tipo prefabricados (losetas) y plywood (derivados de madera), con techo de zinc. El proyecto contempla la construcción de una tercera planta que permita la creación de nuevas áreas.

Se recomienda que la planta baja o número uno se reconstruya con mampostería refinada. Las dos plantas siguientes con madera preciosa resistente para que de una apariencia típica del lugar.

Tabla 6.15 Balance De Obras Físicas

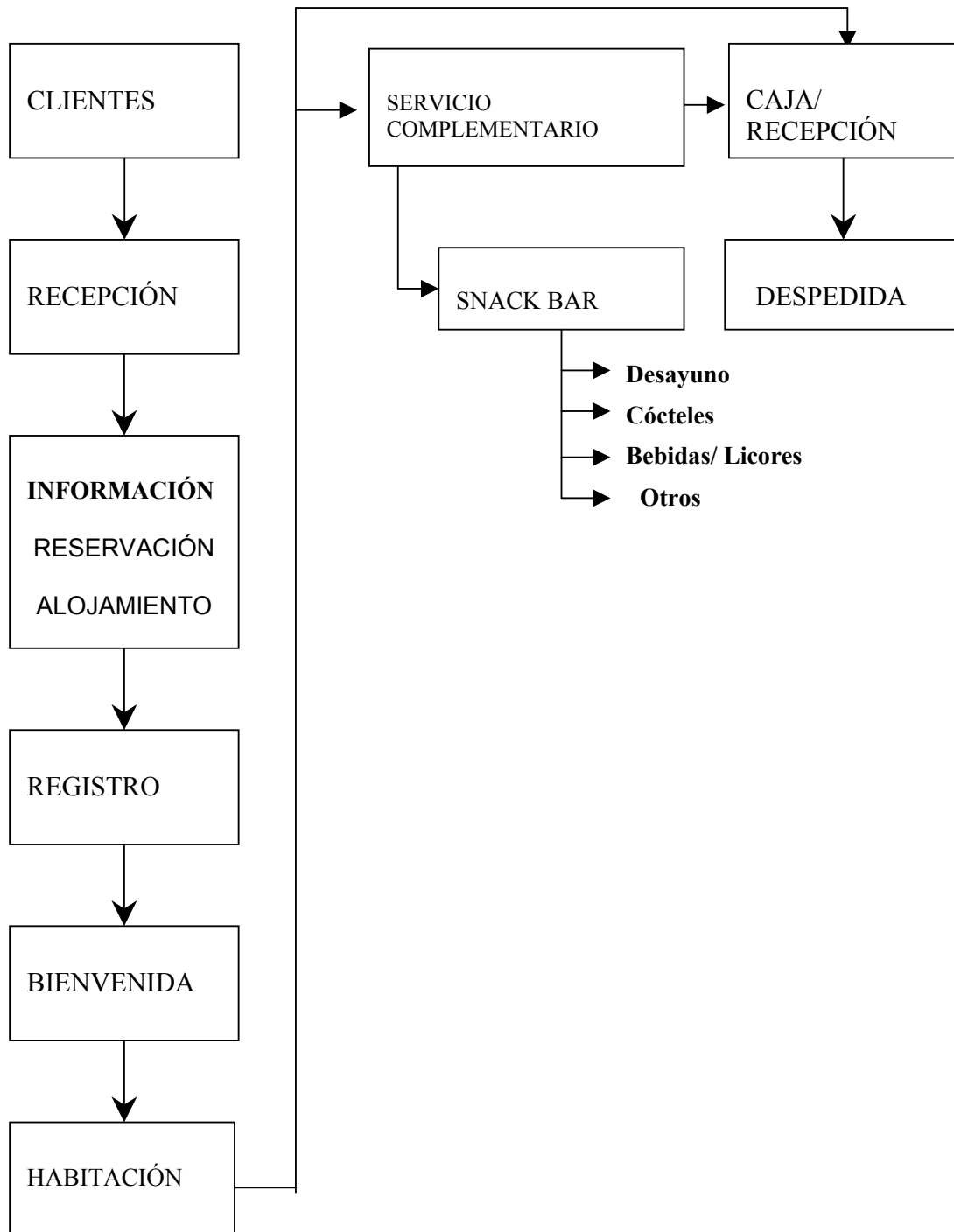
ITEM	Unidad de medida	Cantidad dimensiones	Costo unitario \$	Costo total \$
Planta 1	M ²	66.42	297.50	19,759.95
Planta 2 y 3	M ²	265.68	272.00	72,264.96
Terreno	M ²	197.64	0.00	0.00
Total				92,024.91

La planta número uno está compuesta por las áreas recepción, snack bar, administración, bodega, lavandería, sala de espera y área de ducto. El número de metros cuadrados totales a reconstruir es de 66.42. La planta 2 está constituida por 7 habitaciones sencillas de 3x 4 metros de dimensión. Además pasillos dentro del edificio y balcones en ambos costados. La tercera planta está conformada por dos habitaciones dobles de 3 x 6 metros de dimensión y dos múltiples de 8 x 3 y 3 x 6 metros, respectivamente. Mantiene pasillo interno y balcones como en la planta anterior.

Los costos de los metros a reconstruir fueron calculados con la asesoría del arquitecto encargado del diseño del plano. Los precios de los metros a reconstruir con mampostería refinada y madera preciosa de alta resistencia y durabilidad se cotizaron en Urbanizadora Lacayo Fiallos y Maderinco S. A., respectivamente. El terreno no representa costo adicional por ser propiedad de la Alcaldía de San Carlos, dueña del proyecto.

6.4.5 Determinación Del Proceso De Producción

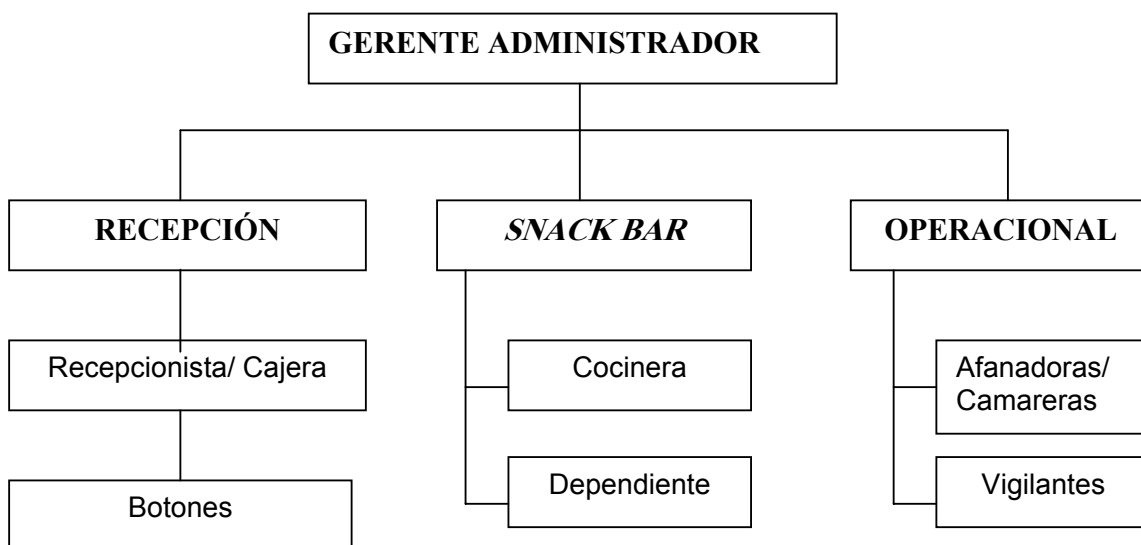
El proceso de producción del hotel “Las Peñas” con la implementación del proyecto se resume en el **flujo del proceso de producción** siguiente:



6.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio Administrativo explica La forma organizativa y las funciones de cada puesto que existirá en el Hotel.

6.5.1 Organigrama Del “Hotel Turístico Las Peñas”



El organigrama anterior presenta la estructura del recurso humano del hotel con el proyecto. A diferencia de la situación actual (sin el proyecto), en que sólo existen tres personas laborando para el hotel; al implementar el proyecto el número de personas que conforman la fuerza laboral se incrementará a nueve. Este aumento se justifica con el nuevo tamaño que tendrá el hotel, el cual incluye áreas que anteriormente no tenía tales como: área de alimentación (para el proyecto se determinó bajo el concepto de Snack bar), sala de espera y área de almacenamiento.

Para fines organizativos el hotel se dividirá en cuatro partes: Gerencia/ Administración, Recepción, Snack Bar y Operacional.

La gerencia/ administración será ejercida por una sola persona. Por el tamaño del proyecto no se estima necesario contratar una persona como Contador o Financiero del hotel. Por tanto éste puesto también asume entre sus funciones, aquellas actividades propias de la contabilidad. En el área de recepción serán dos personas las que laborarán.

Una recepcionista que a su vez será cajera y un Botones, el cual estará bajo el mando de la primera. La parte de Snack Bar será atendida por dos personas: Una cocinera y un dependiente o bartender que atenderá en la barra. Ambos estarán a un mismo nivel jerárquico dentro de la organización. La parte operacional estará compuesta por cuatro puestos de trabajo: Dos afanadoras/ Camareras y dos vigilantes. Las funciones de cada uno de los puestos que muestra el organigrama son presentadas a continuación.

Gerente Administrativo

Es el que coordinará de forma directa las funciones y actividad con el personal administrativo del hotel a través de la supervisión de los jefes de cada departamento de la organización e informará a la alcaldía del control de cada departamento. También este vigilará las practicas de compras para asegurar sus cumplimientos con las políticas y procedimientos del hotel. Establecerá y mantendrá la comunicación interna efectiva del hotel incluyendo reuniones semanales de coordinadores de departamento para asegurar óptimo trabajo de equipo y productividad. Este además, será el encargado del proceso estratégico para ejecutar la oferta del servicio, la fijación de precio y la promoción del servicio para crear un intercambio con el cliente que satisfaga las necesidades y deseos percibidos. A su vez realizará las funciones de contador.

Recepcionista/ Cajero

Es el encargado de recibir los pagos que hacen los clientes por concepto de compras de servicios del hotel. Debe manejar los precios así como los de los descuentos o promociones que ofrece el hotel. Debe de llevar una lista de cuenta de los clientes antes de la salida de las instalaciones del hotel. Realizará el corte de caja, reportará los sobrantes o faltantes de la misma diariamente. Elaborará informes diarios de caja, manejo de sistemas de pago no efectivos (tarjetas de créditos cheque, etc.). Recibirá las llamadas telefónicas que hagan al hotel. Realizará las reservaciones y explicará explícitamente a los clientes los precios y lo que incluyen estos en el servicio.

Botones: Es el encargado de recoger y llevar el equipaje de los clientes a su habitación. Proporcionará información a los huéspedes sobre los servicios adicionales que se ofrecen.

Snack bar: Área en donde se elaboran y sirven los alimentos, bebidas, postres, etc. que se ofrecerá a los clientes.

Cocinera: Es la encargada de preparar los alimentos y platos ofrecidos en el menú del *Snack Bar*.

Dependiente: Encargado de atender a las personas en la barra del *snack bar*, y de preparar los tragos que en él se ofrecerán.

Afanadoras/ Recamareras: Son las personas encargadas de la limpieza y cambios de los útiles de las habitaciones. De la limpieza de las demás áreas del hotel y del lavado de los suministros (ropas de cama).

Vigilantes: Son las personas encargadas de mantener la seguridad del lugar y de los clientes durante éstos últimos permanezcan en el hotel.

6.6 ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

Dentro del estudio Financiero se conocerá información acerca de el presupuesto de inversión para la reconstrucción del Hotel Las Peñas, inversión fija y diferida, inversión de mobiliario y equipo, depreciación de edificio, costos operativos, balance de personal, activo circulante, financiamiento, relación Beneficio-Costo, presupuesto de venta, flujo de caja, estado de resultado y balance general.

Cuadro De Inversiones Reconstrucción del Hotel “Las Peñas”

Tabla 6.16 Presupuesto de Inversión

Componente	Valor (US\$)
Inversión Fija	
Obra Civil (Edificio)	92,024.91
Mobiliario y Equipos	25,355
Supervisión de Obra Física (2%)	1,840.49
Estudios de Preinversión (4%)	3,680.99
Organización y Diseño final, planos, etc. (5%)	4,601.24
Gastos de organización y constitución de la empresa (3%)	2,760.75
Total de Inversión Fija	130,263.38
Capital de Trabajo	
Costos Operativos	3,799.20
Salarios	1,075.00
Serv. Básicos	812.20
Publicidad (5.88% sobre ventas) 6%	612.00
Mantenimiento y Reparación	500.00
Útiles de Oficina	300.00
Otros Gastos	500.00
Activos Circulantes	8,200.00
Inventarios (Insumos)	4,200.00
Efectivo	4,000.00
Total de Capital de Trabajo	11,999.20
TOTAL	\$142,262.58

6.6.1 Inversión Fija y Diferida

En este acápite contemplamos el terreno, el cual en este proyecto tiene un valor de 0 por ser propiedad ejidal, la alcaldía de San Carlos es el dueño.

-Obra Civil (Edificio) se realizó un cálculo de los mt. cuadrados que se reconstruirán de concreto (66.42 m^2 .) y se multiplicaron por \$ 297.50 que es el precio por m^2 de construcción según datos proporcionados por la urbanizadora Lacayo Fiallos y de igual forma se obtuvo el precio de metro cuadrado de construcción de madera, de la mejor calidad, el cual es de \$272 multiplicado por 265.68 m^2 , que representa el total de construcción de madera, los datos fueron proporcionados por MADERINCO.

Descripción de la reconstrucción Planta I: Mampostería confinada con repello, fino y pintura. Techo de tejas de barro, con zinc en la parte de abajo, además que cada planta contará con cielo raso de láminas de Plycem; piso de ladrillo rojo en la primer planta y piso de madera muy resistente para los pisos subsiguientes, incluyendo éstos últimos sus respectivos *closet*.

En resumen el costo de obra civil es de 92,024.91.

-Cabe señalar que se va a contratar a una compañía constructora y esta ya incluye el precio del transporte.

-Los estudios preliminares son calculados en un 4% con respecto al monto de la obra civil con ayuda del Arquitecto Jerónimo Paiz.

-La supervisión se calculó en un 2% sobre la obra civil.

-El mobiliario y equipos, juntos con los equipos de oficina necesarios, se describen a continuación.

6.6.2 Inversión De Mobiliario Y Equipo

Tabla 6.17 Inversión de Mobiliario Y Equipo

Rubro	Cantidad	Costo Unit.	Valor (US\$)
Ropa de cama	2 Juegos	28.57	600
Mobiliario			11,805.00
Camas	12	208.33	2,500.00
Sillas para los cuartos	13	16.15	210.00
Sillas rústicas (balcón)	8	43.75	350.00
Cortinas Venecianas	7	300.00	2,100.00
Cómodas	7	150.00	1,050.00
Mesas de Noche	6	50.00	300.00
Lámparas	13	15.00	195.00
Adornos (ornamentación)	1	1,000.00	1,000.00
Cocina	1	500.00	500.00
Refrigeradora	2	500.00	1,000.00
Utensilios de cocina	-	-	2,000.00
Equipo			12,150.00
Teléfono	11	54.54	600.00
Televisor	2	400.00	800.00
Lavadora	1	700.00	700.00
Aires Acondicionados	7	500.00	3,500.00
Planta Eléctrica	1	5,000.00	5,000.00
Sistema de Almacenaje de Agua	1	1,000.00	1,000.00
Equipo de Limpieza	-	-	300.00
Sistema Direct TV	1	250.00	250.00
Equipo de Oficina			2,985.20
Escritorios	1	400.00	400.00
Sillas para Administración	3	50.00	150.00
Fax	1	250.00	250.00
Archivadora	1	200.00	200.00
Equipo de Computadoras	1	1,500.00	1,500.00
Mueble para Computadora	1	150.00	150.00
Papeleras	2	3.60	7.20
Cafetera	1	28.00	28.00
Materiales de Oficina	-	-	300.00
TOTAL			\$26,940.20

6.6.3 Depreciaciones

6.6.4.1 Depreciación de Edificio

Tabla 6.18 Depreciación de Edificio

Año	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor Libro
0	-	-	92,024.91
1	4,601.2455	4,601.2455	87,423.6645
2	4,601.2455	9,202.491	82,822.419
3	4,601.2455	13,803.7365	78,221.1735
4	4,601.2455	18,404.982	73,619.928
5	4,601.2455	23,006.2275	69,018.6825
6	4,601.2455	27,607.473	64,417.437
7	4,601.2455	32,208.7185	59,816.1915
8	4,601.2455	36,809.964	55,214.946
9	4,601.2455	41,411.2095	50,613.7005
10	4,601.2455	46,012.455	46,012.455
11	4,601.2455	50,613.7005	41,411.2095
12	4,601.2455	55,214.946	36,809.964
13	4,601.2455	59,816.1915	32,208.7185
14	4,601.2455	64,417.437	27,607.473
15	4,601.2455	69,018.6825	23,006.2275
16	4,601.2455	73,619.928	18,404.982
17	4,601.2455	78,221.1735	13,803.7365
18	4,601.2455	82,822.419	9,202.491
19	4,601.2455	87,423.6645	4,601.2455
20	4,601.2455	92,024.91	-
TOTAL	92,024.91		

El edificio está valorado en \$62,816.00 con una vida útil de 20 años.

La depreciación se calculó con el método de línea recta sin valor residual.

Capital de Trabajo:

-Costos Operativos: Aquí se incluye el salario, servicios básicos, publicidad y mantenimiento y reparación.

6.6.4.2 Costos Operativos Mensuales

Tabla 6.19 Costos Operativos Mensuales

Rubro	Valor
Salarios	1,075.00
Servicios Básicos	812.20
Publicidad	612.00
Mantenimiento	500.00
Útiles de Oficina	300.00
Otros Gastos	500.00
TOTAL	\$ 3,799.20

Nota: El costo de operación anual es de \$47,740.40. Esto incluye: vacaciones, treceavo mes.

6.6.4.3 Balance Del Personal

Tabla 6.20 Balance del Personal

Personal	Cantidad	Valor Unitario	Total
Administrador	1	400.00	400.00
Recepcionista	1	100.00	100.00
Cocinera	1	120.00	120.00
Dependiente	1	85.00	85.00
Vigilante	2	80.00	80.00
Afanadoras	2	80.00	80.00
Botón	1	50.00	50.00
TOTAL	9	1,075.00	1,075.00

6.6.4.4 Activo Circulante: Comprende inventario

Tabla 6.21 Activo Circulante

Rubro	Valor (US\$)
Equipo de Limpieza	300.00
Ropa de Cama	600.00
Materiales de Oficina	300.00
Alimentos	1,000.00
Utensilios de Cocina	2,000.00
TOTAL	\$ 4,200.00

6.6.4.5 Financiamiento

Para invertir se necesitará realizar un préstamo bancario del 80% de la inversión fija y las condiciones en que será otorgado este es a 10 años de plazo y un período de gracia de 2 años.

Tabla 6.22 Amortización de Pago

Año	Intereses	Cuota al Principal	Saldo
0	-	-	\$104,210.70
1	\$15,631.605	-	104,210.70
2	15,631.605	-	104,210.70
3	15,631.605	\$13,026.337	91,184.37
4	13,677.655	13,026.337	78,158.033
5	11,723.704	13,026.337	65,131.696
6	9,769.754	13,026.337	52,105.359
7	7,815.804	13,026.337	39,079.022
8	5,861.853	13,026.337	26,052.685
9	3,907.903	13,026.337	13,026.337
10	1,953.951	13,026.337	-
TOTAL	\$101,605.43	\$104,210.70	

El financiamiento representa el 80% (\$93,310.88) de la inversión fija (\$116,638.60) a un plazo de 10 años con un periodo de gracia de 2 años y una tasa de interés del 15%.

6.6.4.6 Presupuesto De Ventas Proyectado

Hotel Las Peñas										
Presupuesto de Ventas Proyectado										
Descripción	Año I	Año II	Año III	Año IV	Año V	Año VI	Año VII	Año VIII	Año IX	Año X
% de ocupación	42.86	52.38	57.14	66.66	66.66	66.66	66.66	76.19	76.19	80.91
Camas	9	11	12	14	14	14	14	16	16	17
Personas alojadas	3,264	4,080	4,488	4,896	4,896	4,896	4,896	5,712	5,712	6,120
En valores \$	97,920.00	122,400.00	134,640.00	146,880.00	146,880.00	146,880.00	146,880.00	171,360.00	171,360.00	183,600.00
<i>Snack Bar</i>	24,480.00	30,600.00	33,660.00	36,720.00	36,720.00	36,720.00	36,720.00	42,840.00	42,840.00	45,900.00
Total	122,400.00	153,000.00	168,300.00	183,600.00	183,600.00	183,600.00	183,600.00	214,200.00	214,200.00	229,500.00

Para hacer los cálculos del presupuesto de venta se utilizó el promedio de los precios de las diferentes habitaciones. Habitación sencilla U\$ 35.00, habitación doble U\$ 30.00 y habitación múltiple U\$ 25.00; para un promedio de U\$ 30.00 por persona. Los ingresos por servicios de *Snack Bar* son estimados en un 20% del total de ingresos por habitaciones rentadas.

6.6.4.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

PROYECTO DE RECONSTRUCCIÓN DEL HOTEL "LAS PEÑAS"

INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ingresos de Operación		122,400.00	153,000.00	168,300.00	185,393.00	183,600.00	187,121.00	185,393.00	214,200.00	214,200.00	231,293.00
Habitaciones		97,920.00	122,400.00	134,640.00	146,880.00	146,880.00	146,880.00	146,880.00	171,360.00	171,360.00	183,600.00
Servicio de Bar		24,480.00	30,600.00	33,660.00	36,720.00	36,720.00	36,720.00	36,720.00	42,840.00	42,840.00	45,900.00
Venta de Activo					1,793.00		3,521.00	1,793.00			1,793.00
EGRESOS		89,882.60	91,136.60	90,088.60	93,436.65	89,982.70	83,027.06	84,998.11	84,298.16	79,919.21	83,267.26
Costo Variable		11,016.00	13,770.00	15,147.00	16,524.00	16,524.00	16,524.00	16,524.00	19,278.00	19,278.00	20,655.00
Costo Fijos		47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40
Interés Préstamo		15,631.61	15,631.61	15,631.61	13,677.66	11,723.70	9,769.75	7,815.80	5,861.85	3,907.90	1,953.95
Amortización Estudios		1,104.30	1,104.30	1,104.30	1,104.30	1,104.30					
Amortización O y D		1,472.40	1,472.40	1,472.40	1,472.40	1,472.40					
Deprec. Edificio		4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25
Deprec. mob y equipo		8,316.66	6,816.66	4,391.66	8,316.66	6,816.66	4,391.66	8,316.66	6,816.66	4,391.66	8,316.66
Utilidad a/impuestos		32,517.40	61,863.40	78,211.40	91,956.35	93,617.30	104,093.94	100,394.89	129,901.84	134,280.79	148,025.74
Impuestos											
Utilidad Neta		32,517.40	61,863.40	78,211.40	91,956.35	93,617.30	104,093.94	100,394.89	129,901.84	134,280.79	148,025.74
Amortización Estudios		1,104.30	1,104.30	1,104.30	1,104.30	1,104.30					
Amortización O y D		1,472.40	1,472.40	1,472.40	1,472.40	1,472.40					
Deprec. edificio		4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25	4,601.25
Deprec. mob y equipo		8,316.66	6,816.66	4,391.66	8,316.66	6,816.66	4,391.66	8,316.66	6,816.66	4,391.66	8,316.66
Inversión Inicial (-)	127,502.63										
Inversión Reemplazo (-)					11,840.00		16,950.00	11,840.00			4,800.00
Inversión Cap. Trabajo (-)	11,999.20										
Préstamo	104,210.70										
Amortización Deuda (-)				13,026.34	13,026.34	13,026.34	13,026.34	13,026.34	13,026.34	13,026.34	13,026.34
Valor de desecho											134,401.33
Flujo de Caja	35,291.13	48,012.00	75,858.00	76,754.66	82,584.61	94,585.56	83,110.51	92,145.51	128,293.41	130,247.36	277,518.64

En el flujo de caja los costos variables son estimados en un 9% de las ventas totales por servicio de alojamiento. Según la actual administración del hotel aproximadamente en esta proporción tienen estimados los costos por brindar el servicio. Los datos sobre la amortización del financiamiento, incluyendo los intereses; y las diferentes depreciaciones fueron tomados de las tablas presentadas en las secciones anteriores. Para la amortización de los diferentes estudios, se determinó a un plazo de cinco años con el método de línea recta. En la penúltima fila aparece el valor de desecho del proyecto total.

6.6.4.8 Estado de Resultado Proyectado

Concepto	Períodos (Años)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas Totales	122,400.00	153,000.00	168,300.00	185,393.00	183,600.00	187,121.00	185,393.00	214,200.00	214,200.00	231,293.00
Ventas Netas	122,400.00	153,000.00	168,300.00	185,393.00	183,600.00	187,121.00	185,393.00	214,200.00	214,200.00	231,293.00
Costo de lo Vendido	11,016.00	13,770.00	15,147.00	16,524.00	16,524.00	16,524.00	16,524.00	19,278.00	19,278.00	20,655.00
Utilidad Bruta	111,384.00	139,230.00	153,153.00	168,869.00	167,076.00	170,597.00	168,869.00	194,922.00	194,922.00	210,638.00
Gastos Operación	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40	47,740.40
Gastos Financieros	15,631.61	15,631.61	15,631.61	13,677.65	11,723.70	9,769.75	7,815.80	5,861.85	3,907.90	1,953.95
Utilidad Operación	48,011.99	75,857.99	89,780.99	107,450.95	107,611.90	113,086.85	113,312.80	141,319.75	143,273.70	160,943.65
Otros Ingresos				1,793.00		3,521.00	1,793.00			1,793.00
Otros Gastos	1,104.30	1,104.30	1,104.30	1,104.30	1,104.30					
Utilidad Neta	46,907.69	74,753.69	88,676.69	108,139.65	106,507.60	116,607.85	111,519.80	141,319.75	143,273.70	162,736.65

Notas:

Los datos de ventas del estado de resultados son los estimados en la proyección de ventas de los cuadros anteriores.

Se consideran como otros ingresos la venta de activos que posteriormente constituyen la inversión de reposición de activos.

Otros gastos lo constituyen la amortización de estudios menores.

6.6.4.9 Balance General Proyectado

Activos	Período (Años)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Activos circulantes										
Caja y banco	25,961.46	53,807.45	56,066.60	61,689.18	73,488.75	61,809.33	66,937.92	88,995.69	108,333.07	251,372.65
Inventario	4,200.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00	7,000.00	7,000.00	7,000.00
Total activo circulante	30,161.46	59,807.45	62,066.6	67,689.18	79,488.75	67,809.33	72,937.92	95,995.69	115,333.07	258,372.65
Activo fijo										
Terreno	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00	35,000.00
Edificio	87,423.66	82,822.42	78,221.17	73,619.93	69,018.68	64,417.44	59,816.19	55,214.95	50,613.70	46,012.45
Mob. y equipo	18,623.54	11,806.88	7,415.22	11,277.67	3,060.34	14,432.34	18,058.00	9,840.67	4,262.67	13,795.33
Total Activo Fijo	141,047.20	129,629.30	120,636.39	119,897.60	107,079.02	113,849.78	112,874.19	100,055.62	89,876.37	94,807.78
TOTAL ACTIVO	171,208.66	189,436.75	182,702.99	187,586.78	186,567.77	181,659.11	185,812.11	196,051.21	205,209.44	353,180.43
Pasivo										
Pasivo Circulante										
Proveedores	5,394.75							7,000.00	7,000.00	7,000.00
Pasivo Fijo										
Préstamo a L/P	104,210.70	104,210.70	104,210.70	91,184.37	78,158.03	65,131.70	52,105.359	39,079.02	26,052.68	13,026.34
Total Pasivo	109,605.45	104,210.70	104,210.70	91,184.37	78,158.03	65,131.70	52,105.359	39,079.02	26,052.68	13,026.34
Capital										
Capital Social	38,050.46	38,050.46	38,050.46	38,050.46	38,050.46	38,050.46	38,050.46	38,050.46	55,966.82	197,217.60
Utilidad Retenida	23,552.75	47,175.59	40,441.83	58,351.95	70,359.28	78,476.95	95,656.30	118,921.73	123,189.94	142,936.61
Total Capital	61,603.21	85,226.05	78,492.29							
Total Pasivo + Cap.	171,208.66	189,436.75	182,702.99	187,586.78	186,567.77	181,659.11	185,812.11	196,051.21	205,209.44	353,180.43

Notas del Balance General Proyectado:

A como se señala en cuadros anteriores el inventario inicial es de U\$ 4,200.00. Sin embargo para los siguientes periodos se estima que su tamaño crezca por cuanto habrá movimiento en el mismo sentido en la demanda del servicio.

El terreno en donde se encuentra ubicado el Hotel, es valorado por la Alcaldía en U\$ 35,000.00

6.6.4.10 Evaluación Financiera**6.6.4.10.1 Punto de Equilibrio**

$$P(E) = \frac{GF}{P_v \text{ pu} - C_v \text{ pu}}$$

$$P(E) = \frac{3,978.37}{30 - 3.15} = \frac{3,978.37}{26.85} = 148.17 \text{ Servicios por Mes}$$

= 4.9 Diario

= 5 Servicios de Renta de Habitación por día.

El hotel necesita alojar a cinco personas por día para no tener pérdidas. Según las proyecciones de ventas el hotel alojará a nueve, once y doce personas por día, durante los primeros respectivos tres años. Esto generará ganancias desde el primer periodo.

6.6.4.10.2 Cálculo Del Valor Actual Neto

PERIODO	FLUJO	FD 15%	VPN
1	\$ 48,012.00	0.870	\$ 41,770.44
2	\$ 75,858.00	0.756	\$ 57,348.65
3	\$ 76,754.66	0.658	\$ 50,504.57
4	\$ 82,584.61	0.572	\$ 47,238.40
5	\$ 94,585.56	0.497	\$ 47,009.02
6	\$ 83,110.51	0.432	\$ 35,903.74
7	\$ 92,145.51	0.376	\$ 34,646.71
8	\$128,293.41	0.327	\$ 41,951.95
9	\$130,247.36	0.284	\$ 36,990.25
10	\$277,518.64	0.247	\$ 68,547.10
TOTAL			\$461,910.83

VPN	\$461,910.83
lo	<u>\$127,502.63</u>
VAN	\$334,408.20

El valor actual neto indica que se obtienen resultados mayores a cero, lo cual implica la conveniencia de que se ponga en marcha el proyecto. Con esto se concluye que la inversión en la reconstrucción del Hotel Las Peñas es aconsejable.

Una simple suma de los flujos obtenidos indican que la inversión se recupera aproximadamente en los tres primeros años.

6.6.4.11 Relación Beneficio / Costo

AÑOS	BENEFICIOS	COSTOS	15% T/DESCUENTO	BENEFICIO ACTUAL	COSTO ACTUAL
0		127,502.63			127,502.63
1	122,400.00	58,756.40	0.87	106488.00	51118.07
2	153,000.00	61,510.40	0.756	115668.00	46501.86
3	168,300.00	62,887.40	0.658	110741.40	41379.91
4	185,393.00	64,264.40	0.572	106044.80	36759.24
5	183,600.00	64,264.40	0.497	91249.20	31939.41
6	187,121.00	64,264.40	0.432	80836.27	27762.22
7	185,393.00	64,264.40	0.376	69707.77	24163.41
8	214,200.00	67,018.40	0.327	70043.40	21915.02
9	214,200.00	67,018.40	0.284	60832.80	19033.23
10	231,293.00	68,395.40	0.247	57129.37	16893.66
				868741.01	444,968.65

La relación Beneficio/ Costo del proyecto indica que a una tasa de descuento del 15% los beneficios actuales son de U\$ 868,741.01 y los costos de U\$ 444,968.65; para una diferencia de U\$ 423,772.36, la cual representa los beneficios del proyecto. Nuevamente con este método se comprueba la viabilidad de invertir en el proyecto planteado.

VII ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

La situación actual de los Recursos Naturales y el medio ambiente ha alcanzado niveles de deterioro preocupantes, producto de varias causas y factores, ante una débil gestión Ambiental de los distintos sectores y niveles. La problemática abarca desde el sistema central de gestión de las instituciones gubernamentales hasta las formas y estructuras de decisión de las localidades en el área de influencia territorial donde se generan fundamentalmente los impactos negativos ambientales.

La degradación ambiental es un problema global que enfrenta la humanidad en este inicio del siglo XXI. Las estrategias globales definen y proponen el desarrollo sostenible como un nuevo patrón de actividades para abordarlo. El desarrollo sostenible está vinculado con una gestión ambiental participativa y descentralizada, donde se enfatice el rol de una pluralidad de actores (gobiernos municipales, regionales, nacionales, gubernamentales, autoridades locales, sindicatos, industrias, comunidades científicas y tecnológicas) y una amplia interacción en la toma de decisiones que se refieran al uso y manejo de los recursos naturales que sustentan el desarrollo y acción de cada sector, además de la calidad de vida de cada grupo social.

En busca de ese desarrollo sostenible a que obliga la alarmante situación de los recursos naturales y el medio ambiente, el “Hotel Turístico Las Peñas” contempla el tratamiento de desechos orgánicos a través de los servicios que ofrece la municipalidad de recolección y ubicación en lugares ya establecidos. En relación al tratamiento de las aguas servidas se hará uso los sistemas de drenajes provistos por la comuna local y las institución encargada.

Además, para contribuir a la limpieza del lugar se ubicarán contenedores de basura para uso de los turistas en sitios estratégicos cercanos al hotel, lo cual permitirá una fácil recolección de la misma; al inducir al visitante a no tirar basura en cualquier parte, sino a depositarla en los lugares destinados para tal fin. Esto proveerá un mayor orden y limpieza en el sector.

Un aspecto negativo que podría generar la puesta en marcha del proyecto es la percepción por parte de los ciudadanos de que se está atentando contra los bosques de la zona, debido a que en gran parte de la obra se utilizará madera preciosa. Sin embargo para evitar este tipo de efectos negativos se le exigirá al constructor, de las áreas en que se empleará madera preciosa, que demuestre la procedencia de la madera. Esto con el fin de hacer uso de este bien natural ajustado a las leyes reguladoras vigentes.

Entre otros aspectos el “Hotel Turístico Las Peñas” garantizará el establecimiento de las medidas necesarias para asegurar que los insumos utilizados en la producción del servicio y especialmente el de alimentación sean de calidad, para brindar un servicio final de calidad.

VIII CONCLUSIONES

La industria del turismo ha tenido en los últimos años un crecimiento significativo, el cual continúa constante en su ascenso. Este último es representado por el incremento en la demanda de servicios incluyendo entre éstos el de alojamiento; por tal razón se hace necesario la mejora, ampliación y modernización de los hoteles existentes.

Los resultados obtenidos por medio de la aplicación de encuestas, reflejan que un 70% de los consultados, consideran Importante y Totalmente Importante que se mejore la oferta de alojamiento del municipio de San Carlos. Ocupa un espacio muy especial para el turista la infraestructura, debido a que el 40% la considera como el factor más importante a tomar en cuenta al momento de escoger un hotel.

De acuerdo a los datos especificados en el estudio de mercado, la cantidad de turistas que visitarán el municipio de San Carlos en este año será de 19,423 personas, es decir, 53 por día. Asumiendo que estas personas demanden alojamiento de tipo turístico, el municipio estaría en capacidad de brindar este servicio a solamente 42. De ahí se obtiene que existe un déficit en la oferta por cuanto dejarían de atenderse a 11 personas, lo que equivale a un 21% del mercado.

En tal situación se sugiere la reconstrucción del hotel Las Peñas. Los cambios que se realizarán incluyen la parte de infraestructura (Mejora de habitaciones y creación de nuevas áreas- *Snack Bar*, Administración, Recepción y Sala de Espera) y atención al cliente (Atención personalizada, seguridad y servicios adicionales). Estos cambios convertirán al Hotel Las Peñas en un hotel de tipo turístico.

El análisis y la evaluación financiera del proyecto a través de los métodos Valor Actual Neto y Relación Beneficio/Costo indican que la inversión es altamente viable, pues genera beneficios por un monto superior a los costos. Además los datos muestran que la inversión se recupera aproximadamente al tercer año. Con ello se comprueba la validez de la hipótesis del estudio.

IX RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Alcaldía del Municipio de San Carlos la reconstrucción del “Hotel Las Peñas”, ya que actualmente no presta las condiciones necesarias y se está desaprovechando una excelente oportunidad de captar un gran número de clientes y por consiguiente de percibir muy buenos ingresos.

También se recomienda a la gerencia del hotel, desarrollar nuevos servicios que le permitan diversificarse y obtener mayores ingresos, tales como Guía-turística, diseño de rutas turísticas y alquiler de equipos de transporte acuático.

Se sugiere implementar un plan de mantenimiento de la infraestructura para evitar el deterioro de la planta física, conservando de esta manera un buen estado e impacto visual debido a que este es el principal factor que utiliza el cliente al momento de escoger un lugar para alojarse.

Otro aspecto que debe tomarse muy en cuenta es el recurso humano; este constituye uno de los pilares fundamentales para la prestación del servicio, puesto que se pretende mejorar, en gran medida, la atención al cliente. Para lo cual, se le debe de proveer de capacitaciones e incentivos constantes.

Finalmente, se recomienda la continuación del presente estudio a un nivel de mayor profundidad debido a que el proyecto es altamente viable comercial y financieramente.

X. BIBLIOGRAFÍA

Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V., México, 2001, Cuarta Edición, Pág. 14.

Broto, C., Diccionario Técnico de Arquitectura y Construcción, Instituto Mansa de Ediciones, S.A., España, 2001, Pág. 365.

Coss Bu, Raúl, Análisis y evaluación de proyectos de inversión, editorial Limusa, S.A.de C.V., México, D.F., 1993, Segunda Edición, Pág. 73.

Cortés Pereira, Damaris, Formulación y Evaluación de Proyectos, Editorial Unión, Nicaragua, 1998, Pág. 32.

Diccionario de Marketing, Cultural, S.A., España, 1999, Pág. 258.

Diccionario Profesional de Marketing, Editorial CISS, S.A., España, 1995, Pág. 269.

Eníquez Polomec, Raúl, Léxico básico del Contador, Editorial Trillas, 1992, México, Pág. 24.

Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa, Océano Grupo Editorial, S.A., España, 1994, Pág. 915.

Franklin Fincowsky, Enrique Benjamín, Organización de Empresas, McGraw-Hill Interamericana de México, S.A. de C.V., México, 1998, Pág. 277.

Kotler, Philip, Dirección de Mercadotecnia, Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., México, 1996, Octava Edición, Pág. 246.

Lara Flores, Elías, Primer Curso de Contabilidad, Editorial Trillas, 1992, Tercera Edición, Pág. 30.

Lovelock, Christopher H., Mercadotecnia de Servicios, Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., México, 1997, Pág. 491.

Malhotra, Naresh K., Investigación de Mercados, Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., México, 1997, Segunda Edición, Pág. 8.

Plazola Cisneros, Alfredo, Enciclopedia de Arquitectura, Plazola Editores, México, 1997, Volumen 6, Pág. 377,383.

Polimeni, Fabozzi y Aderberg, Contabilidad de Costos, McGraw-Hill Interamericana de México, S.A. de C.V., México, 1990, Pág. 668.

Rosenberg, J. M., Diccionario de Administración y Finanzas, Océano Grupo Editorial S.A., España, 1995, Pág. 125.

Sapag Chain, Nassir y Sapag Chain Reynaldo, Preparación y Elaboración de Proyectos, McGraw-Hill Interamericana, Chile, 2000, Cuarta Edición, Pág. 134.

Stanton, Etzel y Walker, Fundamentos de Marketing, Editorial McGraw-Hill, México, 1999, Pág. 210,211.

Sampieri, Collado y Lucio, Metodología de la Investigación, McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V., México, 1998, Pág. 63.

Welsch, Hilton y Gordon, Presupuestos, , Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., México, 1990, Pág. 435.

XI ANEXOS

UNIVERSIDAD AMERICANA

ENCUESTA

1. Generalmente, ¿Cuál es el motivo de sus viajes a San Carlos?

- | | |
|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Vacaciones/ Turismo | <input type="checkbox"/> Estudios |
| <input type="checkbox"/> Trabajo/ Negocios | <input type="checkbox"/> Deportes |
| <input type="checkbox"/> Tránsito | <input type="checkbox"/> Otros |

2. ¿Cuál es el tiempo promedio de estadía en San Carlos?

- ☐ 1 a 2 días
- ☐ 3 a 4 días
- ☐ 5 días a más

3. ¿Cuál es el hotel de su preferencia para hospedarse?

- | | | | |
|---|--------------------------------------|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hotel don Pancho | <input type="checkbox"/> El madroño | <input type="checkbox"/> Carelhys | <input type="checkbox"/> Costa Sur |
| <input type="checkbox"/> Cabinas Leyco | <input type="checkbox"/> Hotel Peñas | <input type="checkbox"/> El San Carlos | <input type="checkbox"/> El Yure |

4. ¿Qué tipo de Habitación utiliza?

- ☐ Sencilla ☐ Doble

5. En general, ¿Cómo valora el servicio de alojamiento que ofrece el Municipio de San Carlos?

- ☐ Muy Bueno ☐ Bueno ☐ Ni bueno Ni malo ☐ Malo ☐ Muy malo

6. ¿Cree usted que San Carlos es un lugar que debería tener mayor y mejor capacidad de alojamiento?

Si ☐ No ☐ Ns./ Nr. ☐

7. ¿Los hoteles existentes son lo suficientemente adecuados para sus necesidades?

Si ☐ No ☐ Ns./ Nr ☐

8. ¿Qué elemento considera, como el más importante, al momento de escoger un hotel?

- | | | |
|--|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Infraestructura | <input type="checkbox"/> Seguridad | <input type="checkbox"/> Precio |
| <input type="checkbox"/> Atención | <input type="checkbox"/> Comodidad | <input type="checkbox"/> Tipo de Hotel |
| <input type="checkbox"/> Servicios adicionales | | |

9. En orden de importancia, ¿cómo ordena la siguiente lista de indicadores del servicio de alojamiento?

_____	Seguridad
_____	Comodidad
_____	Atención
_____	Precio
_____	Infraestructura
_____	Servicios adicionales

10. De acuerdo con sus necesidades y capacidad de pago, ¿cuánto pagaría por la estadía en un hotel que garantice las características o atributos que anteriormente ordenó?

- | | |
|-------------|--------------------------|
| \$ 10 – 19 | <input type="checkbox"/> |
| \$ 20 – 29 | <input type="checkbox"/> |
| \$ 30 – 39 | <input type="checkbox"/> |
| \$ 40 – 49 | <input type="checkbox"/> |
| \$ 50 a más | <input type="checkbox"/> |

11. ¿Qué tan importante considera Ud., la mejora de la oferta de alojamiento en el Municipio de San Carlos?

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| Totalmente importante | <input type="checkbox"/> |
| Importante | <input type="checkbox"/> |
| No importante/ Ni importante | <input type="checkbox"/> |
| No importante | <input type="checkbox"/> |
| Totalmente sin importancia | <input type="checkbox"/> |